



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PRÁVA

Doménová jména a ochranné známky  
Domain Names and Trade Marks

Student: Kateřina Miechová  
Vedoucí bakalářské práce: Mgr. Adam Ptašník, Ph.D.

Ostrava 2011

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně příloh, vypracovala samostatně a uvedla jsem veškerou použitou literaturu a další prameny.“

V Ostravě dne 11. 5. 2011

.....  
Kateřina Miechová

## **Poděkování**

Ráda bych na tomto místě poděkovala především vedoucímu mé bakalářské práce Mgr. Adamu Ptašníkovi, Ph.D. za odbornou pomoc a podnětné připomínky při zpracování této práce. Rovněž mé poděkování patří zaměstnancům Třineckých železáren, a. s., Třinec pánům Ing. Bohdanu Suchankovi, referentu správy průmyslového vlastnictví, a Ing. Radku Hermannovi, vedoucímu oddělení Výzkum a správa průmyslového vlastnictví, za ochotu, cenné rady a čas, který mi věnovali.

# Obsah

1	ÚVOD.....	6
2	PRÁVNÍ ÚPRAVA OCHRANNÝCH ZNÁMEK A PRÁVNÍ POVAHA DOMÉNOVÝCH JMEN.....	8
2.1	Historie.....	9
2.2	Ochranné známky.....	11
2.2.1	Ochranná známka Společenství.....	13
2.2.2	Funkce.....	15
2.3	Doménová jména.....	17
2.3.1	Funkce.....	18
2.4	Systém registrace.....	20
3	KONFLIKT DOMÉNY A OCHRANNÉ ZNÁMKY.....	23
3.1	Registrace.....	23
3.2	Posouzení zaměnitelnosti domén a ochranných známek.....	24
3.3	Jiné formy nekalého jednání v oblasti domén.....	32
3.3.1	Cybersquatting.....	32
3.3.2	Domain name grabbing.....	33
3.3.3	Typosquatting.....	36
3.3.4	Plánovaný cybersquatting.....	37
4	VYHODNOCENÍ.....	39
4.1	Modelový případ.....	39
4.2	Výběr vhodného označení.....	40
4.3	Vznik agentury.....	40
4.4	Odpovědnost za škodu.....	42
5	ZÁVĚR.....	43
	Seznam použité literatury.....	45
	Seznam zkratk.....	48
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce.....	49
	Seznam příloh.....	50

# 1 ÚVOD

Fenoménem posledních několika let nejen v České republice je neustálá potřeba zvyšování cílů k naplnění lidského života uplatněním všech nabytých či vrozených vědomostí a schopností. Jedním z těchto cílů je také snaha o získání větší nezávislosti, která se projevuje například osobní snahou při zakládání různých privátních společností. Zatímco dříve převládala veřejná sféra nad soukromou, dnes je tomu přesně naopak. Lidé hledají možnosti podnikání v různých oborech a konkurence stoupá. Každý podnik se snaží přijít na trh s něčím novým, čím by upoutal pozornost potenciálního zákazníka, ať už se jedná o produkty nebo služby. Je proto logické, že pokud se společnosti podaří vyvinout originální produkt, který by mohl mít na trhu úspěch, bude se ho snažit uchránit před zneužitím konkurencí. Možností, jak to udělat, je několik. Jedním z nejznámějších a zároveň nejvíce používaných způsobů, je mít zajištěno označení svých výrobků či služeb pod zavedenou a užívanou ochrannou známkou nebo doménovým jménem. Práva na ochranu označení výrobků a služeb představují významnou součást průmyslového vlastnictví podnikatele.

Ochranná známka již není pouze institut právní ochrany, ale lze ji chápat jako významnou součást marketingové strategie společnosti. Ochranná známka napomáhá podniku zvýšit prestiž na trhu a zároveň utváří image nejen samotného podniku, ale především jeho výrobků označovaných touto ochrannou známkou, jejichž kvalita má velký vliv na rozhodování u konečného spotřebitele. Dle mého názoru si každý z nás raději koupí zboží nebo službu, u kterých má jistotu, že jsou kvalitní, než investovat do výrobků, u kterých tuto jistotu nemá. Problematikou ochranných známek se zabývám více v jednotlivých kapitolách této práce. Postupně navazuji také na velmi diskutovanou oblast doménových jmen, pomocí jejichž registrace může docházet k narušování práv třetích osob. Doménová jména dnes představují nedílnou součást propagace společností prostřednictvím internetové sítě. Společnosti, které prezentují své výrobky či služby na internetu mají obrovskou výhodu. Je to proto, že se prostřednictvím svých internetových stránek mohou prezentovat prakticky po celém světě a dostat se tak do povědomí široké veřejnosti. Zákazníkům pak slouží ke snazší orientaci a srovnání jednotlivých nabídek výrobků a služeb, a to nejen na domácím, ale i zahraničním trhu.

První kapitola mé práce obsahuje teoretickou část. Zaměřím se především na ochranné známky a doménová jména. Stručně popíšu historii ochranných známek, vysvětlím význam a její hlavní funkce, jaké výhody plynou podnikatelským i nepodnikatelským subjektům z jejich vlastnictví, co všechno musí vykonat, aby ji mohli získat a užívat atd. Pro lepší představu uvedu také několik příkladů nejznámějších českých ochranných známek, z nichž většina je také dobře známá ve světě. Rovněž se zmíním o ochranné známce Společenství, která je v posledních několika letech velice žádaná. Vysvětlím, proč tomu tak je, ale především za jakým účelem byla tato ochranná známka vytvořena a jaké výhody může přinést svým majitelům. Poslední část této kapitoly věnuji doménovým jménům, jejich významu a funkcím, které plní pro své majitele a opět stručně popíšu, jak probíhá samotná registrace domén.

Druhá kapitola je zaměřena na oblast problémů týkajících se sporů mezi vlastníky ochranných známek a doménových jmen. Při porovnání těchto institutů se pak budu v jednotlivých podkapitolách zabývat jejich hlavními rozdíly, nebezpečím z neznalosti jejich významu a výhodami plynoucími z jejich vlastnictví. Jedna rozsáhlejší část bude věnovaná formám nekalého jednání v oblasti domén, tzv. cybersquattingu a jeho podobám. Pro snazší pochopení celé problematiky opět uvedu několik příkladů soudních rozhodnutí.

Třetí kapitola pak obsahuje vyhodnocení. Na modelovém příkladu bych chtěla zúročit své poznatky o ochranných známkách a doménách a navrhnout možnosti řešení, které by dle mého názoru přispěly ke zlepšení podmínek a zároveň by také ulehčily situaci subjektům, které si chtějí pro své výrobky či služby registrovat některý ze zmíněných institutů. V závěru shrnu uvedené možnosti řešení a vyberu tu alternativu, která se mi jeví jako nejlepší, a která by do budoucna mohla být značným přínosem.

Cílem této bakalářské práce je nejen poskytnout ucelený přehled o problematice ochranných známek a doménových jmen, ale především navrhnout možné způsoby řešení, které by přispěly k celkovému zlepšení situace, především v oblasti registrace.

## 2 PRÁVNÍ ÚPRAVA OCHRANNÝCH ZNÁMEK A PRÁVNÍ POVAHA DOMÉNOVÝCH JMEN

V současnosti jsou ochranné známky upraveny zákonem č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů (zákon o ochranných známkách).<sup>1</sup> Dalšími právními předpisy, které se zabývají touto problematikou, jsou:

- vyhláška č. 97/2004 Sb., k provedení zákona o ochranných známkách
- zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník
- zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník
- zákon č. 200/1990 Sb., o přestupcích
- zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.

Zákon o ochranných známkách upravuje práva, která vyplývají z porušení práv k ochranné známce. Tato práva jsou jak povahy majetkové, tak nemajetkové. Jedinou osobou, která může práva vymáhat, je vlastník ochranné známky. Jiné osoby je mohou vymáhat pouze v zákonem stanovených případech.

Se vstupem České republiky do Evropské unie došlo v oblasti ochranných známek k několika změnám. Tou nejpodstatnější je zavedení nařízení Rady (ES) č. 40/1994, o ochranné známce Společenství do našeho právního systému. Na základě tohoto právního předpisu si mohou zájemci nechat registrovat ochrannou známku, která bude platná na celém území Společenství.

Problematika doménových jmen je podstatně složitější, než je tomu u ochranných známek. Je to z toho důvodu, že doménová jména dosud nejsou v českém právním řádu dostatečně upravena. V zákoně č. 480/2004 Sb., o některých službách informačních společností a ve Směrnici Evropského parlamentu a Rady 200/31/ES je doménové jméno pouze zmíněno v souvislosti s tzv. obchodním sdělením.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> SLOVÁKOVÁ, Z. Průmyslové vlastnictví. 2. vyd. Praha: LexisNexis CZ s. r. o., 2006. s. 122, ISBN 80-86920-08-9

<sup>2</sup> MALIŠ, P. *Právní povaha doménových jmen – I. díl*, [online]. 2010-04-09, [cit. 2011-01-09]. Dostupný z WWW: < <http://www.pravoit.cz/article> >



## 2.1 Historie

Počátky tradice odlišování jednotlivých výrobků a služeb sahají až do období starověku. Označování se tehdy používalo především ve spojitosti s cihlářskými, keramickými a koženými výrobky. Řemeslníci označovali své výrobky pomocí čísel, znaků a obrázkových symbolů, které byly součástí výrobků nebo se k nim připevňovaly. Pro označování zvířat se pak používalo označení vypalováním.<sup>3</sup>

Postupem času začalo docházet ke směně zboží mezi různými zeměpisnými oblastmi a mnohem více se rozvíjel obchod. Označování zboží se začalo ve velké míře užívat i v souvislosti s rozvojem cechů, kde se soustřeďovali řemeslníci nebo skupiny řemeslníků z nejrůznějších oborů, a kdy začalo docházet k jakémusi konkurenčnímu boji. A právě v tomto období se výrazně prosazoval hlavní smysl odlišování zboží jednoho producenta od jiného.

V českých zemích byl prvním významným právním počinem v oblasti ochrany práv na označení rakouský císařský patent č. 230 o ochraně průmyslových známek z roku 1859, který byl ve své době považován za jeden z nejlepších na světě. Právě z tohoto důvodu se dlouhou dobu využíval a novelizován byl až v roce 1952. V několika dalších letech byl tento zákon nahrazen jinými zákony. Dosud nejnovější právní úprava, která se používá, je Zákon o ochranných známkách z roku 2003, jako jeden z právních předpisů upravujících průmyslová práva v České republice.

Zákonná úprava ochrany průmyslových práv v České republice, se opírá o řadu mezinárodních smluv, k nimž naše republika s postupem času přistoupila. Jedná se především o Pařížskou úmluvu na ochranu průmyslového vlastnictví, která byla uzavřena v roce 1883 v Paříži. Tato úmluva představuje základ platných mezinárodních i národních pravidel v oblasti průmyslových práv, v rozsahu patentů na vynálezy, užitných vzorů, průmyslových vzorů, ochranných známek, obchodních jmen, údaje o původu zboží a označení původu, obsahuje i ustanovení o potlačování nekalé soutěže. Pařížská unijní úmluva v člancích věnovaných jednotlivým průmyslovým právům obsahuje přímé normy jako princip teritoriality, národního režimu a unijní priority, kterými se jako minimálními

---

<sup>3</sup> JAKL, L. a kol. Ochranné známky a označení původu. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 1997. s. 10  
ISBN 80-85 100-69-X

standardsy řídí všechny státy, které k této dohodě přistoupily. Na základě této úmluvy vznikla v dalších letech Unie na ochranu průmyslového vlastnictví, která má dneska více než 160 členských států a jejímž členem je také Česká republika.<sup>4</sup>

Madridská dohoda představuje zvláštní dohodu v rámci Pařížské úmluvy. Členy této dohody mohou být pouze unijní země Pařížské úmluvy. Madridská dohoda dává příslušníkům smluvních zemí možnost zajistit si ochranu svých ochranných známek tím, že si u Mezinárodního úřadu duševního vlastnictví v Ženevě přihlásí svou ochrannou známku. Takový mezinárodní zápis má stejné účinky jako zápis národní. Výhoda této dohody spočívá především v tom, že si příslušníci smluvních zemí nemusí podávat přihlášky v jednotlivých zemích, ale vystačí si s jednou mezinárodní přihláškou.

Poslední dohodu, kterou bych chtěla zmínit, je Niceská dohoda z roku 1957. Pomocí této dohody bylo zavedeno mezinárodní třídění výrobků do 34 tříd a služeb do 8 tříd. Tento systém podstatně ulehčuje zkoumání, zda nejsou výrobky či služby vedené v rejstřících ochranných známek shodné nebo podobné. Každá smluvní země má na výběr, zda použije mezinárodní třídění jako hlavní nebo vedlejší systém. Česká republika používá mezinárodní třídění výrobků a služeb jako hlavní systém. Pokud chce tedy subjekt v tuzemsku přihlásit ochrannou známku, musí již v přihlášce označit, pro které výrobky má být ochranná známka zapsána. Ochranná známka má tedy nejen své teritoriální vymezení, ale i obsahové z hlediska portfolia zboží a služeb, pro které platí.

V době, kdy se Česká republika stala členem Evropského společenství, byla povinna do svého právního řádu zavést také právní řád Evropského společenství. V roce 1988 došlo k přijetí harmonizační směrnice, pomocí níž měly být odstraněny rozdíly mezi národními předpisy všech členských států a tímto krokem mělo dojít ke zlepšení podmínek volného pohybu zboží a poskytování služeb. Směrnice mimo jiné upravuje důvody pro zamítnutí zápisu ochranné známky, práva z ochranné známky, užívání ochranné známky, sankce, v případě že se ochranná známka neužívá, ustanovení o kolektivních ochranných známkách atd.

---

<sup>4</sup> PIPKOVÁ, H. Ochranná známka Společenství a ochranná známka v Evropském společenství. Praha: ASPI, a. s., 2007. s. 38-50, ISBN 978-80-7357-265-5

## 2.2 Ochranné známky

Existuje mnoho definic vymezujících ochrannou známku. Nejčastěji používanou je však definice, která je obsažena v Zákonu č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách. Ochrannou známkou se v tomto případě rozumí: „*jakékoliv označení schopné grafického znázornění, zejména slova, včetně osobních jmen, barvy, kresby, písmena, číslice, tvaru výrobku nebo jeho obalu, pokud je toto označení způsobilé odlišit výrobky nebo služby jedné osoby od výrobků nebo služeb jiné osoby.*“<sup>5</sup>

Z této definice je patrné, že ochrannou známkou může být pouze označení, které splňuje dvě základní podmínky, a to grafickou znázornitelnost a rozlišovací způsobilost. Graficky znázornitelná jsou taková označení, která jsou vyjádřena pomocí písma, číslic, obrazu, barvy, tvaru výrobku nebo jeho obalu. Ostatní označení, která nesplňují tuto podmínku, nemohou být zapsána. Rovněž rozlišovací způsobilost je velice důležitá. Pro označení, která jsou tvořena slovy, číslicemi nebo jejich kombinací může být požadavek rozlišovací způsobilosti velice obtížný. Taková označení se proto kombinují s jiným grafickým vyjádřením.

*„Obecně vzato, ochranná známka by měla být fantazijní, krátká, zvučná, snadno zapamatovatelná, vyslovitelná i v jiných jazycích, pokud bude užívána i v zahraničí, a vhodná s ohledem na seznam výrobků a služeb.“*<sup>6</sup>

V dnešní době, kdy neustále narůstá počet výrobců produkujejících stejné nebo podobné zboží a zákazník má na výběr z velké řady produktů, je ochranná známka nedílnou součástí marketingové strategie společnosti a neustále nabývá její význam na síle. Je to z toho důvodu, že koneční spotřebitelé mají na výběr z řady výrobků a ochranná známka je určitou zárukou kvality. Zákazníkům tak může podstatně ulehčit orientaci a výběr na trhu. Pokud se ochranná známka stává všeobecně známou, zvyšuje se hodnota samotných výrobků, tím také majetek společnosti.

Lze tedy říci, že ochranná známka je druh označení, které používají výrobci k odlišení svých produktů na trhu, a která dává svému držiteli záruku, že nebude zneužívána jinými subjekty. Dojde-li ke zneužití, má majitel ochranné známky právo na podání soudní žaloby a u soudu se pak může domáhat především zastavení protiprávního jednání a nápravy jejich

---

<sup>5</sup> §1 z.č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách

<sup>6</sup> SLOVÁKOVÁ, Z. Průmyslové vlastnictví. 2. vyd. Praha: LexisNexis CZ s. r. o., 2006. str. 122-123

důsledků, rovněž se může domáhat přiměřeného zadostiučinění (i v penězích), vydání bezdůvodného obohacení, náhrady škody, která mu tímto protiprávním jednáním byla způsobena. Podnikatelé si tak mohou chránit své obchodní názvy, firemní loga, slogany, barevnost, tvar výrobku nebo kombinace těchto vlastností. Registrované ochranné známky mají právo užívat ®.

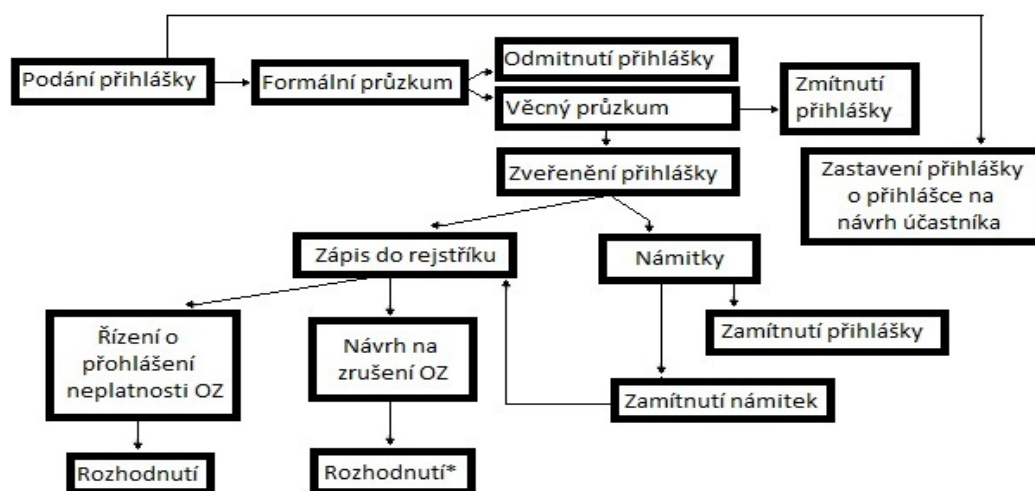
Do rejstříku ochranných známek však nemohou být zapsány všechny ochranné známky. Jsou z něj vyloučeny ty, u kterých nastaly určité překážky buď absolutní, nebo relativní. Absolutní překážky jsou takové, na jejichž základě Úřad průmyslového vlastnictví nemůže v žádném případě zapsat ochrannou známku. Mezi tyto překážky se řadí například označení, které nelze graficky zobrazit. Všechny ochranné známky musí být vnímatelné zrakem. Označení zvuková, čichová, světelná či pohybová nesplňují podmínky grafické znázornitelnosti (nelze je napsat ani nakreslit), a tudíž nemohou být zapsány jako ochranné známky. Rovněž výrobky a služby jednoho subjektu, které nelze dostatečně odlišit od výrobků a služeb jiných osob, nemohou být zapsány. Výrobky, které mají být označeny ochrannou známkou, musí být natolik originální, aby se daly snadno rozpoznat a spotřebitel je nezaměňoval. V tomto případě však hraje důležitou roli subjektivní vnímání zákazníkem. Označení je způsobilé k zápisu, pokud si je zákazník na jeho základě schopen spojit výrobek s konkrétním producentem. Pokud označení výrobků obsahuje název světově známého místa a toto označení může veřejnost přivést k omylu o původu výrobků, rovněž nemůže být zapsáno do registru. Významnou skupinu tvoří klamná označení, kde patří taková označení, která mohou spotřebitele klamat ohledně jakosti, složení výrobků, místa původu nebo označení odporující dobrým mravům a označení, která jsou v rozporu s mezinárodními závazky a smlouvami.<sup>7</sup>

Druhou skupinu překážek tvoří relativní překážky. V tomto případě lze za určitých okolností tyto překážky překonat a dosáhnout zápisu ochranné známky, která by za normálních okolností zapsána být nemohla. Do této skupiny lze zahrnout označení, které nemá rozlišovací způsobilost. Pokud ovšem přihlašovatel prokáže, že se takové označení během jeho obchodní činnosti stalo příznačné pro jeho výrobky, a to nejméně 2 roky předtím, než si podal přihlášku k ochranné známce, zapíše se.

---

<sup>7</sup> HORÁČEK, R. a kol. Zákon o ochranných známkách. Zákon o ochraně označení původu a zeměpisných označení. Zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví: komentář. 2. vyd. Praha: C.H.Beck, 2008. s. 9 ISBN 978-80-7400-058

Pro snazší uvedení do problematiky přihlašování ochranných známek jsem se rozhodla vložit obrázek 2.1, ze kterého je celý tento proces snadno pochopitelný.<sup>8</sup>



Obr. 2.1

## 2.2.1 Ochranná známka Společenství

Před zavedením ochranné známky Společenství (CTM) mohli zájemci registrovat ochranné známky dvěma způsoby. Prvním způsobem byla národní registrace. Ochranné známky mohly být registrovány v jedné, více nebo ve všech zemích Evropské unie. Na základě toho pak zájemci získali jednu nebo více národních ochranných známek a při řešení sporů se řídili právními předpisy zemí, ve kterých si známku registrovali. Druhým způsobem byla mezinárodní registrace, kterou prováděl Mezinárodní úřad Světové organizace duševního vlastnictví v Ženevě. Mezinárodní ochranná známka měla stejné účinky jako národní ochranná známka. Měla však jednu velkou výhodu. Oproti národní ochranné známce, kde probíhala registrace pro každou známku zvlášť, u mezinárodní ochranné známky stačilo projít jen jedním přihlašovacím řízením.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Úřad průmyslového vlastnictví, dostupné z WWW: < <http://www.upv.cz/cs/publikace/rocenka/rocenka.html> >

<sup>9</sup> Ochranná známka Společenství, 1. čes. vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2006. 4 s. ISBN 80-7282-055-9

Vznik Evropského společenství sebou přinesl snahy o sbližování právních předpisů členských států v různých oblastech. Výjimkou nebyla ani oblast průmyslového vlastnictví. Na začátku převládala značná obava zneužívání ochranných známek jako překážek v obchodování mezi členskými státy. Evropská komise proto začala vyvíjet snahy o vytvoření jednotné komunitární ochranné známky, která by platila na celém území Evropského společenství, a která by měla nadnárodní účinky.<sup>10</sup>

Obecně lze tedy říci, že CTM byla vytvořena takovým způsobem, aby nenarušovala práva majitelů národních ochranných známek. Ochranná známka Společenství poskytuje svému majiteli ochranu před možným zneužitím jeho výrobků a služeb třetími osobami a může být poskytnuta pro území celého Evropského společenství nebo jen pro některé z jeho členů. Jako u jiným způsobem zapsaných ochranných známek také přihlášením CTM se předchází napodobování a reprodukci. Právo plynoucí z ochranné známky může však majitel uplatnit až po jejím řádném zápisu. Majitel může tedy jako jediný ochrannou známku užívat při své obchodní činnosti. Pokud by jiné osoby chtěly využívat práv ze zapsané ochranné známky, musely by s majitelem podepsat smlouvu o převodu práva nebo by musely získat licenci. Licence může být poskytnuta pro všechny výrobky a služby a pro všechna území, kde je zapsána, nebo pro jejich část a vymezené území.<sup>11</sup>

Registraci CTM provádí Úřad pro harmonizaci ve vnitřním trhu (OHIM). Tato instituce také odpovídá za správu ochranných známek Společenství. Hlavní výhodou pro majitele ochranné známky je především to, že CTM mu dává právo, které je vynutitelné ve všech zemích EU. CTM mohou získat mimo jiné také osoby, které již mají registrovanou národní či mezinárodní ochrannou známku, aniž by ji museli zrušit. CTM platí, stejně jako národní a mezinárodní ochranná známka, po dobu deseti let. Po uplynutí této doby je možné znovu požádat o prodloužení registrace na dalších deset let. Co se týká podmínek, které musí být splněny, aby mohla být CTM zapsána, existují dvě: ochranná známka musí být graficky znázornitelná a odlišitelná od označení používaných pro výrobky a služby jiných firem. Ochranná známka nesmí být shodná ani podobná. Rovněž musí být vyloučeno nebezpečí záměny. Pokud jsou splněny tyto základní podmínky, průzkumný referent OHIM ještě zkontroluje další požadavky, jako jsou zaplacení registračního poplatku nebo správné

---

<sup>10</sup> KOPECKÁ, S. Ochranná známka Společenství, Úřad průmyslového vlastnictví, 2002. str. 3 ISBN 80-7282-024-9

<sup>11</sup> PIPKOVÁ, H. Ochranná známka Společenství a ochranná známka v Evropském společenství, Praha: ASPI, a. s., 2007. str. 19

zařazení výrobků a služeb v seznamu. Shledá-li, že je vše správně, může být registrační řízení dokončeno. Veškeré údaje o CTM jsou zapsány do Rejstříku. Rejstřík obsahuje nejen podrobné informace o CTM, ale také o jejich majitelích. Pokud dojde k jakýmkoli změnám, musí být taktéž zaznamenány.<sup>12</sup>

Ochrannou známku Společenství jsem se rozhodla ve své práci zmínit proto, že je ve vyspělých evropských státech velmi populární a stále více se začíná prosazovat také v České republice. Domnívám se, že pokud se společnost rozhodne proniknout se svými výrobky či službami na zahraniční trhy a zaregistruje si ochrannou známku Společenství, bude s ní mít větší úspěch, než kdyby si nechala zaregistrovat jen známku národní.

## **2.2.2 Funkce ochranných známek**

Ze samotné povahy ochranných známek lze jednoduše odvodit základní funkce, které ochranné známky plní. Mezi nejdůležitější patří funkce rozlišovací, ochranná, garanční, stimulační, propagační, komunikační a soutěžní. V této části stručně charakterizují jednotlivé funkce.<sup>13</sup>

**1. Rozlišovací funkce** – je funkcí nejdůležitější. Účelem ochranných známek je především odlišit výrobky a služby jedné osoby od výrobků a služeb jiných osob. Skutečnost, že výrobky a služby lze odlišit, je důležitá jak pro výrobce, tak pro konečné spotřebitele.

**2. Ochranná funkce** – zajišťuje vlastníkově ochranné známky, že pouze on je oprávněn k jejímu užívání. Nikdo jiný, pokud nemá povolení vlastníka, nemůže ochrannou známku používat. Tímto se zamezí možnému zneužívání známky konkurencí.

**3. Garanční funkce** – je velice důležitá pro konečné spotřebitele. Představuje záruku, že daný výrobek či služba má specifické vlastnosti a je kvalitní. Spotřebitel se pak snáze rozhoduje, zda si výrobek či službu koupí, pro kterou společnost na trhu se rozhodne.

---

<sup>12</sup> Ochranná známka Společenství. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2006. 28 s. ISBN 80-7282-055-9

<sup>13</sup> SLOVÁKOVÁ, Z. Průmyslové vlastnictví. 2. vyd. Praha: LexisNexis CZ s. r. o., 2006. s. 129, ISBN 80-86920-08-9

**4. Stimulační funkce** – představuje účinný prostředek, jak přimět vlastníka ochranné známky, aby i nadále udržoval kvalitu svých výrobků či služeb na stejné úrovni.

**5. Propagační funkce** – je nedílnou součástí marketingové strategie společnosti. Pro každého vlastníka ochranné známky je velice důležité, aby si zákazníci byli schopni spojit jejich ochrannou známku s příslušným výrobkem či službou, ale také odpovídající kvalitou. Znamá ochranná známka zvyšuje poptávku po výrobcích a přináší tak zisky. Velmi oblíbená je forma propagace přímo na výrobcích nebo na jejich obalech, ale také v televizi, na internetu atd.

**6. Komunikační funkce** – ochranná známka je zde chápána jako prostředek komunikace mezi stranou nabídky a stranou poptávky nebo mezi vlastníkem a konečným spotřebitelem. Komunikace je důležitým nástrojem nejen pro utváření povědomí o výrobku či službě, ale také pro jeho celkovou image.

**7. Soutěžní funkce** – je jedním z důvodů, proč si ochrannou známku nechává její majitel registrovat. Ochranná známka napomáhá k zajištění a udržení pozice na trhu. Navíc je důležitým prostředkem v hospodářské soutěži.

Mezi nejznámější české ochranné známky patří:<sup>14</sup>

Pilsner Urquell – alkoholický nápoj; slovní, slovní grafická a kombinovaná ochranná známka

OP Prostějov – česká móda; slovní grafická a kombinovaná ochranná známka

Baťa – obuv; slovní grafická a kombinovaná ochranná známka

Jablonex – bižuterie; slovní grafická a kombinovaná ochranná známka

Bohemia Crystal – sklo; slovní grafická a kombinovaná ochranná známka

Prim – výrobce hodinek; slovní, slovní grafická a kombinovaná ochranná známka

Eta – elektro výrobky; slovní, slovní grafická a kombinovaná ochranná známka

ŠKODA Auto a.s. – automobilový průmysl; slovní a kombinovaná ochranná známka

Ryor – kosmetické přípravky; kombinovaná ochranná známka

ČEZ – energetika; slovní a kombinovaná ochranná známka

VÍTKOVICE – strojírenství; slovní, slovní grafická a kombinovaná ochranná známka

---

<sup>14</sup> Databáze Úřadu průmyslového vlastnictví. Dostupné z WWW: <<http://www.upv.cz/cs/sluzby-uradu/databaze-on-line/databaze-ochrannych-znamek/narodni-database.html>>



## 2.3 Doménová jména

Jak již bylo řečeno v úvodní kapitole, doménová jména dosud nejsou zakotvena v českém právním řádu. Přesnou definici doménových jmen neobsahují ani předpisy obecné povahy, ani předpisy týkající se problematiky internetu.

Obecně lze říci, že: „doménové jméno je fantazijní slovní, resp. znakové označení, reprezentující určitou *www* adresu v síti Internet, přičemž neexistuje předchozí vazba nebo jiná funkce, která by spojovala nepřirazené jméno domény a konkrétní *www* adresu.“<sup>15</sup>

Každé doménové jméno může být v celém světě přiděleno jen jednomu držiteli, takže by neměly mezi držiteli vznikat spory. Dá se říci, že doménové jméno je výsledkem tvůrčí činnosti určité osoby, která toto jméno definuje a označí jím konkrétní *www* adresu.

Pro snazší pochopení doménových jmen považuji za důležité vysvětlit několik základních pojmů, mezi které patří: IP adresa, doména nejvyšší úrovně a doména druhé úrovně.<sup>16</sup>

**IP adresa** = Internet Protocol. Tato adresa představuje číselný kód (stanovený sled čísel), pomocí kterého jsou v celosvětové síti identifikovány jednotlivé počítače. Prostřednictvím těchto kódů spolu komunikují a dochází k přenosu informací mezi odesílatelem a příjemcem. Jelikož se však jedná o dlouhé číselné kombinace, které je složité si zapamatovat, byl vyvinut speciální systém počítačů tzv. DNS, které převádějí IP adresy na doménová jména a naopak. K jedné IP adrese může být přiřazeno jedno či více doménových jmen, ale také nemusí být přiřazeno žádné.

**Doména nejvyšší úrovně** – často označována také jako doména vrcholné úrovně nebo také TLD.<sup>17</sup> Tato doména je v celé hierarchii domén umístěna nejvýše. Označuje buď geografickou oblast, na které se daný počítač nachází (např. .cz pro Českou republiku, .eu pro Evropskou unii) nebo charakterizuje nabídku služeb (např. .org pro nezávislé organizace, .jobs pro zaměstnání, .com pro komerční organizace). Každé doménové jméno může být pod doménou nejvyšší úrovně registrováno pouze jednou osobou.

---

<sup>15</sup> AUTOR NEZNÁMÝ [online]. 2011, [cit. 2011-01-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.ochranne-znamky.info>>

<sup>16</sup> DOSTÁLEK, L.; KABELOVÁ, A. Velký průvodce protokoly TCP/IP a systémem DNS. Brno: Computer Press, a. s., 2008. s. 255-256

<sup>17</sup> TLD je zkratka pro Top Level Domain

**Doména druhé úrovně** – bývá ve většině případů jádrem sporů. Doména druhé úrovně by měla charakterizovat fyzickou či právnickou osobu nebo by se měla vztahovat k názvu či určitému předmětu činnosti. Tato doména může být vytvořena jak ze zkratky pro označení daného subjektu (např. csas.cz pro Českou spořitelnu, cd.cz pro České dráhy), tak z jednoho či více slov (např. bata.cz nebo skoda-auto.cz).

Na doménová jména je pro potřeby práva možno nahlížet ze tří hledisek. V prvním případě lze doménové jméno chápat jako věc, a to z toho důvodu, že každé doménové jméno, pokud má plnit svou funkci, musí být uloženo na některém z DNS-serverů. Tato skutečnost je tedy jasným důkazem toho, že fyzicky existuje ve formě elektronických záznamů.<sup>18</sup>

Druhé hledisko chápe doménová jména jako subjektivní právo, neboli nárok oprávněného na zápis do registru na základě Smlouvy o registraci doménového jména. Z této smlouvy vyplývá závazek jedné strany provést registraci a závazek druhé strany poskytnout za to úplatu. Ostatní osoby, které se v plnění smlouvy neangažují, nesmí jakýmkoli způsobem narušovat práva a musí se zdržet veškerého chování, které by mohlo bránit stranám v plnění jejich závazků plynoucích ze smlouvy.

Pokud odmítáme pojetí domény jako věci nebo subjektivního práva, pak zbývá pojetí z hlediska majetkových práv. Doménu lze totiž chápat také jako jinou majetkovou hodnotu. Z povahy domén to vyplývá a navíc z množství soudních sporů lze soudit, že domény mají nepochybně určitou ekonomickou hodnotu.

### **2.3.1 Funkce doménových jmen**

Stejně jako ochranné známky také doménová jména mají několik důležitých funkcí. Vedle prvotní funkce identifikace jednotlivých počítačů zapojených do internetové sítě plní také řadu funkcí druhotných, mezi které patří zejména funkce vyhledávací, propagační, informační a soutěžní.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> MALIŠ, P. *Právní povaha doménových jmen – I. díl*, [online]. 2010-04-09, [cit. 2011-01-09]. Dostupný z WWW: <<http://www.pravoit.cz/article>>

<sup>19</sup> PELIKÁNOVÁ, R.; ČERMÁK, K. *Právní aspekty doménových jmen*. Praha: Linde, 2000. s. 14 ISBN 80-7201-245-2

**1. Vyhledávací funkce** - spočívá především v tom, že správná volba domény umožňuje uživatelům snazší vyhledávání webových stránek. V dnešní době se dá říci, že volba domény může mít velký vliv na úspěch společností.

**2. Propagační funkce** - zajišťuje vlastníkům doménových jmen možnost propagovat své výrobky či služby na internetu. V tomto případě je velice důležité, jakou doménu si zvolí. Správná doména by měla být především snadno zapamatovatelná, krátká a jednoduchá.

**3. Informační funkce** – navazuje na funkci vyhledávací. Uživatel je po zadání příslušné domény přesměrován na určitou stránku, kde by měl získat potřebné informace.

**4. Soutěžní funkce** – stejně jako u ochranných známek jsou i doménová jména důležitým nástrojem v konkurenčním boji. Je logické, že čím je doména známější, tím více se zvyšuje návštěvnost jejich stránek a tím vyšší zisky plynou jejímu majiteli z provozování.

Myslím si, že doménová jména jsou v dnešní době opravdu velice důležitá. Kdybych se rozhodla podnikat, určitě bych si jako jednu variantu prodeje zvolila internet, který nabízí řadu možností. Je zřejmé, že ne každá společnost, která se rozhodne nabízet své výrobky či služby na internetu, bude úspěšná. Oproti malým, méně známým společnostem mají ty velké obrovskou výhodu. Nejenže již mají vybudovanou image, ale většinou také základnu zákazníků. Myslím si, že registrace domény je pro ně jakýsi bonus, kterým si upevní místo na trhu. Na druhou stranu pro méně známé společnosti je tato registrace možností, jak se zviditelnit a získat si tak nové zákazníky. K tomu ovšem potřebují získat doménu, která bude snadno zapamatovatelná, krátká a nebude komplikovaná. Správný výběr totiž do značné míry ovlivní jejich úspěch a může pomoci vydobýt strategickou pozici na trhu.

## 2.4 Systém registrace

### Ochranné známky

Osoby, které se rozhodnou své výrobky nebo služby zajistit ochrannou známkou mají na výběr, zda provedou přihlášení samy nebo prostřednictvím patentového zástupce. Jak již bylo řečeno, ochranná známka se může vztahovat na obchodní název, logo nebo například slogan. Velmi oblíbené jsou kombinované známky, pomocí nichž je chráněno celé obrazové zpracování, nebo známky slovní, které se používají pro celé názvy nebo slogany.

Přihlášku k zápisu může podat jak fyzická osoba, tak i právnická osoba u Úřadu průmyslového vlastnictví (dále jen ÚPV). Tento úřad pak provede formální průzkum, při kterém zjišťuje, zda má daná přihláška všechny zákonem stanovené náležitosti.<sup>20</sup>

Přihláška ochranné známky musí obsahovat:

- a) *žádost o zápis ochranné známky do rejstříku*
- b) *jméno a příjmení fyzické osoby a adresu jejího trvalého pobytu, popřípadě adresu pro doručování, je-li přihlašovatelem fyzická osoba, nebo název obchodní firmy, popřípadě jiný název a sídlo, IČ, DIČ, je-li přihlašovatelem právnická osoba*
- c) *údaje o totožnosti zástupce, je-li přihlašovatel zastoupen*
- d) *seznam výrobků nebo služeb, pro něž se požaduje zápis ochranné známky*
- e) *znění nebo plošné vyobrazení přihlašované ochranné známky<sup>21</sup>*

Jestliže jsou zjištěny jakékoli nedostatky, ÚPV vyzve přihlašovatele k jejich odstranění, a to ve lhůtě, která nesmí být kratší než 15 dnů.

Po prozkoumání formálních náležitostí přihlášky provádí úřad věcný průzkum, při kterém zjišťuje, zda je označení způsobilé k zápisu do rejstříku. Způsobilým označením se rozumí například takové označení, které se neshoduje s již dříve zapsanou ochrannou

---

<sup>20</sup> SLOVÁKOVÁ, Z. Průmyslové vlastnictví. 2. vyd. Praha: LexisNexis CZ s. r. o., 2006. s. 136-146 ISBN 80-86920-08-9

<sup>21</sup> §19 odst. 2 z. č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách

známkou, nebo není klamné či nepravdivé.<sup>22</sup> Přihlašovatel je dále ve formuláři povinen klasifikovat, zda se jedná o ochrannou známku slovní, obrazovou, kombinovanou, prostorovou nebo slovní grafickou, určit jakou barvou nebo kombinací barev je tvořena, zda se jedná o známku kolektivní či nikoli. Po splnění těchto podmínek musí přihlašovatel ještě uvést, pro kterou kategorii výrobků a služeb je známka přihlašována. Výčet jednotlivých výrobků a služeb je uveden v Niceské úmluvě o mezinárodním třídění výrobků a služeb pro účely zápisu známek. Aby byl proces registrace úplný, je třeba, aby přihlašovatel nejpozději do jednoho měsíce po podání přihlášky zaplatil poplatek za přijetí přihlášky k ochranné známce. Výše tohoto poplatku se odvíjí od počtu tříd mezinárodního třídění výrobků a služeb. Obecně se platí částka od 5 000 Kč do 10 000 Kč. Pokud se jedná o přihlášku, která se vztahuje na více než tři výrobky nebo služby, pak se navíc za každou třídu platí 500 Kč.

Přihlašovatel se stává majitelem ochranné známky dnem zápisu do rejstříku. ÚPV mu poté vystaví osvědčení o zápisu ochranné známky do rejstříku. Tento zápis je platný po dobu 10 let ode dne podání přihlášky. Subjekt, který si chce i po této době ochrannou známku ponechat, musí opětovně zažádat o obnovu nejpozději v den skončení její platnosti.

## **Doménová jména**

U doménových jmen je registrace podstatně jednodušší. Zájemce o doménu nejdříve musí zjistit, zda je požadovaná doména dostupná a zda splňuje technické požadavky. Registrace se neprovádí prostřednictvím sdružení CZ.NIC (což je sdružení právnických osob, které se zabývá provozováním registru doménových jmen), ale prostřednictvím akreditovaného registrátora, kterého si zájemce o doménu vybere ze seznamu na webových stránkách Rejstříku. V České republice je registrátorů několik. Registrátoři jsou soukromé instituce, nikoli státem pověřené úřady či osoby.<sup>23</sup>

Registrátoři musí vždy získat písemný souhlas každého žadatele o registraci domény, na základě kterého mohou v dané věci jednat. Taktéž jsou tento souhlas povinni kdykoli

---

<sup>22</sup> SLOVÁKOVÁ, Z. Průmyslové vlastnictví. 2. vyd. Praha: LexisNexis CZ s. r. o., 2006. s. 136-146 ISBN 80-86920-08-9

<sup>23</sup> CZ.NIC Pravidla registrace doménových jmen. [online] 2010, dostupný z WWW:<<http://www.nic.cz>>

předložit na vyžádání sdružení CZ.NIC, které je oprávněno získané informace poskytnout soudům nebo jiným orgánům při řešení sporů. Svým souhlasem žadatel bere na vědomí, že registrací a užíváním domény může porušovat práva třetích osob, jako například práva k ochranným známkám, obchodním značkám, obchodním firmám, nebo právní předpisy týkající se nekalé soutěže, ochrany osobnosti apod. Je to z toho důvodu, že sdružení CZ.NIC nezjišťuje, zda požadovaná doména do těchto práv nezasahuje.

Registrace domén eviduje sdružení CZ.NIC podle pořadí, v jakém byly registrátory zaslány žádosti. V případě domén existuje pravidlo „first come, first served“, tedy v češtině to znamená „kdo dřív přijde, ten dřív mele“. Společnosti, které si nechají zaregistrovat svou doménu dříve, než to udělá konkurence, mají obrovskou výhodu. Žadatel by si měl dále zkontrolovat, zda si v období registrace již někdo nezažádal o shodnou doménu. Pokud Rejstřík nerozhodne, doména nebude k dispozici.<sup>24</sup>

Zájemce o doménu je dále povinen předat registrátorovi všechny informace potřebné k registraci a registrátor je poté už jen zadá do systému. Pokud je doménové jméno stále k dispozici a Rejstřík obdrží od registrátora platbu za registraci, je doménové jméno automaticky registrováno. Cena za registraci se liší podle jednotlivých registrátorů. Dá se však říci, že se pohybuje od 150 Kč do 500 Kč na rok. V minulosti byla registrace podstatně dražší, jelikož existovala malá skupina registrátorů. Ovšem v dnešní době je trh doslova zahlcen množstvím registrátorů, ze kterých si může žadatel vybrat, a proto stojí registrace domén méně peněz.<sup>25</sup>

Doménová jména jsou registrována na období několika let, nejdéle však po dobu 10 let. Ode dne registrace má žadatel výhradní právo k užívání svého doménového jména. Pokud i po uplynutí doby, po kterou byla doména registrována, bude chtít žadatel doménu využívat, musí dát včas vědět svému registrátorovi, aby registraci prodloužil. V případě, že vlastník domény nebude mít zájem o prodloužení registrace, doména bude opět volně přístupná pro jiné žadatele.

---

<sup>24</sup> JAKL, L. Uplatňování doménových jmen v rámci podnikatelských aktivit, Praha: VŠVSMV, 2007, str. 58

<sup>25</sup> tamtéž s. 58-59

### 3 KONFLIKT DOMÉNY A OCHRANNÉ ZNÁMKY

V této kapitole bych se chtěla zaměřit především na okruh problémů, týkající se sporů mezi vlastníky ochranných známek a domén. V praxi se totiž stále více objevují případy, kdy si konkurence nebo jiné osoby zaregistrují doménu stejného nebo podobného znění jako obchodní firmy či ochranné známky určité firmy. Známé jsou také případy, kdy si naopak osoby chtějí přihlásit k registraci nebo si i zaregistrují ochrannou známku, která je totožná s již existujícím doménovým jménem.<sup>26</sup>

#### 3.1 Registrace

Konflikt ochranné známky a domény se týká především ochranné známky slovní, ale také kombinované. Problém nastává v důsledku rozdílných požadavků k samotné registraci. Jak již bylo řečeno, registrace doménových jmen je podstatně jednodušší než u ochranných známek. Je to z toho důvodu, že na rozdíl od ochranných známek doménovým jménem může být prakticky jakékoliv slovní označení. Společnosti, které registraci provádějí, totiž ponechávají na vůli žadatele, jaké označení zvolí a pokud přihlášením domény případně dojde k porušení práva v jiné oblasti, je veškerá zodpovědnost na přihlašovatel. Tím, jakého významu v dnešní době domény pro podnikání mají, se snaží některé společnosti využít tohoto volného přístupu k přihlašování domén a neustále narůstá počet případů, kdy se jiné subjekty spekulativně snaží zneužít známost doménového jména ve svůj prospěch. Vlastníci známých a zavedených doménových jmen často čelí případům, kdy si jiný subjekt zaregistruje doménu stejného znění, lišící se např. pouze přidanou pomlčkou nebo jedním či dvěma přidanými písmeny.<sup>27</sup>

Registrace domén a jejich vlastnictví je tak čistě soukromoprávní záležitostí, neregulovanou veřejnoprávními předpisy. Z hlediska vlastní registrace domény nemůže tedy dojít k situaci, kdy by vedle sebe existovaly dvě naprosto shodné domény, jestliže je splněna prostá podmínka odlišnosti alespoň v jediném znaku. Doménové jméno se tímto stává jedinečné, avšak z hlediska širších právních vztahů vlastníka domény s jinými subjekty

---

<sup>26</sup> JAKL, L. Uplatňování doménových jmen v rámci podnikatelských aktivit. Praha: VŠVSMV, 2007. s. 48-51  
ISBN 978-80-86855-24-0

<sup>27</sup> MALIŠ, P. *Ochrana doménových jmen prostřednictvím ochranné známky*, [online]. 2010-04-09, [cit. 2011-01-09]. Dostupný z WWW: <<http://www.pravoit.cz/article>>

působícími na společném trhu, zasahuje registrace takové „mírně“ pozměněné domény do dalších právních oblastí, kde je systém právní ochrany podstatně propracovanější. Jednou z těchto oblastí je tedy známková ochrana. Tímto institutem není chráněn pouze název obchodní společnosti, který je sám o sobě chráněn jinými právními instituty dle obchodního zákoníku, i když i takový název obchodní společnosti může být ochrannou známkou za předpokladu, že je registrován jako název pro výrobky nebo služby, které tato společnost nabízí. Jedná se také o zajištění ochrany názvů výrobků nebo služeb a zaregistrovaná ochranná známka zajistí svému vlastníkovu ochranu označení v rámci těch tříd výrobků a služeb, pro něž je zapsaná.

V tomto ohledu se tedy liší registrace ochranných známek, registrující instituce zkoumají, zda jsou splněny především věcné podmínky pro přihlášení, zda přihlašovaná ochranná známka nezasahuje do práv ochranných známek s dřívější prioritou a do rejstříku se podle §6 zákona o ochranných známkách nezapiše označení, které je shodné se starší ochrannou známkou, která je zapsána pro jiného vlastníka či přihlašovatele pro shodné výrobky a služby. Toto je zásadní rozdíl a hlavní výhoda, která spočívá v tom, že osoby, které mají své výrobky či služby chráněny ochrannou známkou, se nemusí obávat zneužití jinými osobami. Tím, že přihlašovaná ochranná známka podléhá tzv. průzkumu je dána vlastníkovu ochranné známky právní jistota, že má jako jediný oprávnění k jejímu používání na vymezeném území. Pak kdokoli, kdo by se pokusil zneužít registrovanou ochrannou známku pro své účely, se tak dopouští protiprávního jednání se všemi důsledky, nevyjímaje soudní žaloby, za kterou porušovateli hrozí minimálně zastavení neoprávněného jednání a náprava jejich důsledků, v převážné většině případů také finanční postih.

### **3.2 Posouzení zaměnitelnosti domén a ochranných známek**

Co se týče doménových jmen, většinou jsou také pod nimi nabízeny nějaké výrobky a služby, a teoreticky tedy nic nebrání tomu, aby byly jako v určitém smyslu označení také registrovány jako ochranné známky. Základním problémem v případě střetu domény a ochranné známky je pak otázka posouzení zaměnitelnosti těchto označení ve vztahu ke spotřebitelům. Pokud ochranná známka není s doménou zaměnitelná, nemůže být vůči této doméně s úspěchem uplatňována. Zaměnitelnost je v tomto případě posuzována ve smyslu zákona o ochranných známkách a při posuzování musí být brán zřetel na několik



hledisek. Posuzováno je hledisko fonetické, vizuální, významové (sémantické) a dále celkový dojem, jaký může vyvolat u obvyklého spotřebitele a také hledisko podobnosti výrobků a služeb, pro něž jsou označení posuzována. V tomto posouzení je rozhodující povaha obou označení proti sobě takto stojících. Domény je vždy nutno chápat jako označení čistě slovní, tedy bez specifikace konkrétního grafického provedení, které v rovině internetových domén ani nelze použít. Z toho vyplývá, že proti doméně lze uplatňovat pouze známku, jejíž rozlišovací způsobilost je založena rovněž na slovním prvku, který je se zněním domény zaměnitelný, v ideálním případě se týká známky slovní. Z toho vyplývá, že čím více grafických prvků známka obsahuje, tím menší vliv na rozlišovací způsobilost mají slovní prvky, a tím menší je míra zaměnitelnosti takové známky s čistě slovní doménou. Posouzení samozřejmě závisí vždy na konkrétním případě, a zejména na jedinečnosti slovních prvků, na nichž jsou jak známka, tak i doména založeny.<sup>28</sup>

Ke splnění podmínek zaměnitelnosti ve smyslu zákona o ochranných známkách nestačí jen, aby byla konstatována zaměnitelnost domény podle shora uvedených kritérií. Dle ust. § 7 zák. o ochranných známkách musí být u obou posuzovaných označení naplněna také zaměnitelnost výrobků a služeb. Výrobky a služby chráněné pod ochrannou známkou jsou jasně vymezeny seznamem dle jednotlivých tříd. U domén tak tomu není, neexistuje žádný veřejný seznam výrobků a služeb. Vzhledem k tomu, že domény jsou využívány nejen jako zdroj informací, ale především k tomu, aby nabízely uživatelům internetu určité výrobky a služby, je nutno posuzovat, zda pod předmětnou doménou je prezentována nějaká internetová nabídka, i třeba když je tato nabídka přístupná po automatickém přesměrování na stránky s jinou doménou. V případě, že by pod doménou byly nabízeny výrobky a služby zcela odlišné, pak by tato doména nemohla být považována za zaměnitelnou s ochrannou známkou, a tato známka by tudíž byla vůči vlastníkově domény nevymahatelná. V mnoha sporných případech bývá zaměnitelná doména používána k nabízení stejných výrobků a služeb, neboť jenom tak může taková doména mít pro svého držitele ekonomický význam. Před podniknutím jakýchkoli právních kroků z titulu své ochranné známky vůči držiteli domény a naopak by měl majitel známky či domény zvážit zaměnitelnost podle uvedených hledisek

---

<sup>28</sup> MALIŠ, P. *Ochrana doménových jmen prostřednictvím ochranné známky*, [online]. 2009-12-14, [cit. 2011-02-27]. Dostupný z WWW: < <http://www.pravoit.cz/article/ochrana-domenovych-jmen-prostrednictvim-ochranne-znamky> >

za účelem zjištění, zda vůbec lze doménu nebo ochrannou známku napadat ve známkoprávní rovině.

Pro dokreslení celé problematiky o tom, jaké mohou nastat případné konflikty domény a ochranné známky, bych ráda uvedla několik příkladů, které byly v posledních letech předmětem soudních sporů. Vesměs se jedná o případy, kdy se určitá osoba snaží těžit z činnosti a úspěchů jiné osoby.

### **Domácí elektronické spotřebiče**

Předmětem tohoto sporu byl prodej tzv. bílé techniky, neboli domácích elektrických spotřebičů, prostřednictvím sítě internet. Důvodem tohoto sporu bylo především jednání žalovaného, který začal s již zmíněnou technikou obchodovat na internetu a pro tyto účely si nechal zaregistrovat doménu „b“. Na tom by ještě nebylo nic špatného. Problém však byl v tom, že na trhu se stejnými výrobky a službami již dlouhou dobu podnikala žalobkyně, která měla navíc pro tyto výrobky a služby zapsanou obchodní firmu se zaregistrovanou ochrannou známkou „B.Z.“ a také doménou. Žalovaný si navíc pro svou databázi zkopíroval části nabídky zboží žalobkyně. Z tohoto důvodu se žalobkyně rozhodla obrátit na soud a jako přiměřené zadostiučinění požadovala částku 1 000.000 Kč. Tuto částku považovala za adekvátní vzhledem k pořizovacím nákladům na databázi ve výši 900.000 Kč a nákladům na její doplnění ve výši 291.019 Kč. Mimo to musela navíc vynaložit nemalé částky na propagaci své obchodní firmy a ochranné známky.<sup>29</sup>

Krajský soud v Ostravě vydal dne 18. února 2004 rozsudek, ve kterém uvedl, že žalovaný svým jednáním neporušil práva žalobkyně. Tím, že pro své webové stránky zkopíroval databázi žalobkyně, se nedopustil nekalosoutěžního jednání. Jak soud uvedl, jeho jednání bylo pouze v rozporu s dobrými mravy soutěže. Jelikož se nepodařilo prokázat, že jednáním žalovaného došlo k odlivu zákazníků žalobkyně, soud nárok na zadostiučinění nepřiznal.

Proti tomuto rozhodnutí orgánu prvního stupně se žalobkyně odvolala k Vrchnímu soudu v Olomouci. Ten po přezkoumání celé věci pozměnil rozhodnutí krajského soudu. Žalovanému uložil povinnost zaplatit přiměřené zadostiučinění ve výši 200.000 Kč a navíc

---

<sup>29</sup> Rozhodnutí Nejvyššího soudu České republiky, sp. zn. 32 Odo 447/2006, ze dne 3.5.2006

se neztotožnil s rozhodnutím orgánu prvního stupně, podle kterého se žalovaný nedopustil nekalosoutěžního jednání. Ve svém rozhodnutí uvedl, že žalovaný svým jednáním poškodil dobrou pověst žalobkyně a tím, že si nechal zaregistrovat doménu shodnou s její ochrannou známkou, se nekalosoutěžního jednání dopustil. Snadno totiž mohlo dojít, jak se podařilo prokázat, k záměně těchto firem mezi zákazníky, což způsobilo jejich odliv. Žalovaný navíc zkopírováním databáze profitoval, protože na svých stránkách nabízel výrobky za nižší ceny než žalobkyně. Na rozdíl od ní si totiž mohl dovolit snížit ceny, jelikož nemusel vynakládat peněžní prostředky spojené s pořízením databáze a její následnou propagací. Na závěr soud uvedl, že pokud již žalovaný ve svém jednání nepokračuje, nezbyvá žalobkyni nic jiného, než požadovat přiměřené zadostiučinění.

Výše uvedený rozsudek napadl žalovaný, podle kterého soud celou věc nesprávně posoudil. Žalovaný se snažil prokázat, že doménové jméno, které používá, je obecným označením pro veškeré spotřebiče a žalobkyně tudíž nemá k tomuto označení výsadní právo. A jelikož podle něj nedošlo k porušení práv žalobkyně, neviděl důvod, proč by jí měl vzniknout nárok na přiměřené zadostiučinění. Na základě těchto skutečností navrhl, aby Vrchní soud v Olomouci rozsudek zrušil.

Odvolací soud tedy znovu prozkoumal, zda nedošlo ze strany soudu k pochybení, zda byly správně aplikovány právní předpisy nebo zda obecně netrpí řízení vadami. Nejvyšší soud se po přezkoumání věci plně ztotožnil s výrokem odvolacího soudu. Ve svém rozhodnutí uvedl, že pokud žalovaný zkopíroval databázi a nechal si zaregistrovat podobnou doménu jako žalobkyně, která se již několik let prezentovala na trhu pro dané výrobky a služby a tyto měla chráněny ochrannou známkou a zaregistrovanou doménou, dopustil se tak nekalosoutěžního jednání. Dá se říci, že žalovaný těžil z dobré pověsti prosperující firmy, čímž získal značné výhody. Tvrzení žalovaného, že k dostatečnému rozlišení domén postačují koncovky „cz“ a „com“, nebylo podle soudu pravdivé. Vzhledem k tomu, že obě domény byly velice podobné a zároveň obsahovaly stejnou nabídku výrobků a služeb, mohlo mezi spotřebiteli snadno dojít k záměně. Žalovaný si této skutečnosti musel být vědom a při svém výběru mohl zvolit jinou doménu. Z uvedeného vyplývá, že žalovaný záměrně porušil práva žalobkyně a je tedy povinen zaplatit finanční odškodnění.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Rozhodnutí Nejvyššího soudu České republiky, sp. zn. 32 Odo 447/2006, ze dne 3.5.2006

Tento případ je typickým příkladem sporů mezi doménou a ochrannou známkou. Jak je uvedeno v zákoně, dnem podání přihlášky k ochranné známce vzniká přihlašovatelův přednostní právo před kýmkoli, kdo by si chtěl později podat přihlášku ke shodné či podobné známce. Vlastnictví ochranné známky znamená výlučné právo chránit své výrobky a služby před zneužitím konkurencí.<sup>31</sup> Jak vyplývá z uvedeného příkladu, samotná registrace a užívání domény nestačí k získání práva k ochranné známce. Myslím si, že osoby, které se rozhodnou podnikat v určitém oboru a chtějí být úspěšné, by si měly co nejdříve nechat zaregistrovat svou ochrannou známku, ale také doménové jméno. Stejně jako žalobkyně se pak v budoucnosti vyhnou řadě problémů a mají značnou šanci na úspěch v případě soudních sporů. Kladu si však otázku, zda je přiznaná částka 200.000 Kč pro žalovaného dostatečným postihem. Myslím si totiž, že vlivem záměny uvedených dvou subjektů mezi zákazníky si žalovaný bez vlastního přičinění přišel k dostatečným ziskům. A v porovnání s těmito zisky se mi jeví výše uvedený finanční postih jako nedostatečný. Toto je samozřejmě jen můj názor, protože nikde nebylo přesně uvedeno, jaké částky žalovaný svým jednáním získal. Usuzuji tak ze skutečnosti, že žalobkyně si během několika let vydobyla významnou pozici na trhu elektrických spotřebičů a získala spoustu zákazníků, takže její zisky musely být dostatečně vysoké.

## Skype.cz

Při zkoumání dané problematiky jsem v databázi judikatury Úřadu průmyslového vlastnictví našla několik zajímavých případů. Nejvíce mě však zaujal spor, který se týkal přihlášení barevné kombinované ochranné známky „skype.cz“.

Přihlašovatel J. H. se obrátil na Úřad průmyslového vlastnictví s žádostí o registraci ochranné známky ve znění „skype.cz“. Následně proběhlo řízení, ve kterém bylo zkoumáno, zda může být takové označení zapsáno a zda by tímto zápisem nebyla narušena práva třetích osob. Po pečlivém prostudování dané věci rozhodl orgán prvního stupně o zamítnutí přihlášky ochranné známky. Své rozhodnutí odůvodnil tím, že označení „skype“ je ve velké míře užíváno namítajícím i společnostmi S. T., kteří podnikají na stejném trhu výrobků a služeb. Dále uvedl, že přihlašovatel ochranné známky ve formě domény jednal ve zlém víře, jelikož si musel být vědom skutečnosti, že takto zapsaná ochranná známka může u veřejnosti vyvolat

---

<sup>31</sup> JAKL, L. Uplatňování doménových jmen v rámci podnikatelských aktivit, Praha: VŠVSMV, 2007, str. 29

nebezpečí záměny poskytovaných služeb. Námitky ze strany namítajícího byly zamítnuty z toho důvodu, že neprokázal nárok na práva vztahující se k nezapsanému označení „skype“.<sup>32</sup>

Proti rozhodnutí orgánu prvního stupně podal přihlašovatel rozklad. V něm uvedl, že pokud dva podnikatelé používají před zápisem ochranné známky shodné označení pro výrobky a služby stejného druhu, není možné, aby označení jednoho z nich získalo rozlišovací způsobilost. Dále uvedl, že označení „skype.cz“ je v tuzemsku více známé, než označení „skype“ a přihlašovatel navíc toto označení využíval mnohem dříve, než namítající. Ve svém vyjádření ještě zmínil, že dané označení přihlašuje pro jiný okruh služeb, než ve kterém užívá označení namítající. Tuto skutečnost přihlašovatel dokládá faktem, že oba subjekty vedle sebe na trhu fungují několik let a za tu dobu, podle jeho slov, dosud nedošlo k záměně. V závěru svého vyjádření popírá, že by jednal ve zlé víře. Namítající podle něj neprokázal skutečnost, že by se přihlašovatel pokoušel tímto jednáním blokovat doménu „skype.cz“ a z této registrace pak profitovat.

Následně byla kopie rozkladu zaslána namítajícímu s možností, aby se k celé věci znovu vyjádřil. Namítající argumentoval tím, že jeho společnost byla založena za účelem správy práv duševního vlastnictví skupiny Skype, a proto má právo na označení „skype“.

Rovněž se ohradil proti tvrzení přihlašovatele, ve kterém uvedl, že označení přihlašuje pro jiný okruh služeb, než ve kterém užívá označení namítající. Toto tvrzení podle něj není pravdivé. Namítající již totiž několik let provozuje podnikání v oblasti internetové komunikace, která je značně rozšířená, a do které se podle namítajícího řadí i služby poskytované přihlašovatelem, pro které mělo být označení registrováno.

Na základě důvodů uvedených v předchozím odstavci se namítající domnívá, že k úspěchu a zároveň také k vysoké návštěvnosti internetových stránek skype.cz přispěl fakt, že slovo „skype“ bylo již pár let známé na internetu nejen jako obchodní firma namítajícího, ale také jako označení jeho specifických výrobků a služeb. Tímto tvrzením se namítající snažil dokázat, že uživatelé internetu by si mohli pod registrovanou doménou představit právě jeho služby, přičemž by z této skutečnosti profitoval přihlašovatel.

---

<sup>32</sup> Rozhodnutí Úřadu průmyslového vlastnictví, zn. sp. O-430608, ze dne 19. 2. 2009

Je tedy zřejmé, že namítající po uvedení všech námitek stále trval na tom, aby označení „skype.cz“ nebylo zapsáno jako ochranná známka. Ve svém prohlášení na závěr dodal, že přihlašovatel jednal ve zlé víře a svého jednání si musel být vědom. Podle názoru namítajícího přihlašovatel věděl, že na trhu zabývajícím se internetovou komunikací existuje společnost, která používá nezapsané označení „skype“ nejen pro svou obchodní firmu, ale také pro své výrobky a služby. Tím, že si zaregistroval doménu „skype.cz“, na které prezentoval neoprávněné překlady textů k softwaru Skype, si přišel ke značnému zisku.

Obě strany měly možnost v zákonem stanovené lhůtě předložit důkazy, kterými by doložily svá tvrzení. Směrodatné však byly především materiály předložené namítajícím. Odvolací orgán nejprve zkoumal, zda má namítající právo na nezapsané označení. Pokud by totiž mohlo zápisem označení do rejstříku dojít k porušení práv jiné osoby, nemohlo by být zapsáno. Právo na nezapsané označení má osoba, která prokáže, že označení užívala dostatečně dlouhou dobu a takovým způsobem, aby si o něm spotřebitelé vytvořili určité povědomí a dokázali si s ním spojit příslušné výrobky a služby. Po prozkoumání všech předložených důkazů odvolací orgán usoudil, že namítající neprokázal užívání daného označení na území České republiky. Jediným předloženým důkazem byl seznam registrovaných uživatelů, který podle odvolacího orgánu nebyl dostačující. Na druhou stranu se však ani přihlašovatel nepodařilo prokázat, že označení používal dříve než namítající.

Co se týká samotného označení „skype.cz“, odvolací orgán uvedl, že se skládá ze dvou slov, přičemž koncovka .cz nepostačuje k rozlišení mezi těmito dvěma subjekty. Navíc z posouzení dalších skutečností vyplynulo, že jak namítající, tak i přihlašovatel podnikají ve stejném oboru a nabízejí shodné či podobné služby. Mezi spotřebiteli tedy mohlo lehce dojít k záměně.

Poslední věc, kterou odvolací orgán zkoumal, bylo tvrzení namítajícího, že přihlašovatel jednal ve zlé víře. Toto tvrzení se ukázalo jako opodstatněné, jelikož se namítajícímu podařilo prokázat, že společnost Skype působí na trhu internetové komunikace již několik let a za tu dobu si získala velké množství uživatelů, kteří využívají jejich služeb. Přihlašovatel si musel být této skutečnosti vědom už jen proto, že začal podnikat ve stejném oboru.

Po zhodnocení všech námitek a podrobném prozkoumání důkazů dospěl odvolací orgán k rozhodnutí, že připomínky namítajícího byly opodstatněné. Dále konstatoval, že rozhodnutí Úřadu průmyslového vlastnictví bylo správné a v souladu s platnými právními předpisy. Rozklad byl tedy zamítnut a napadené rozhodnutí potvrzeno.

Dle mého názoru nemuselo k celému sporu o zápis ochranné známky vůbec dojít. Myslím si, že kdyby si namítající nechal zaregistrovat ochrannou známku dříve, předešel by řadě problémů spojených se správním řízením. Je sice pravda, že příslušný orgán nakonec rozhodnul v jeho prospěch, ale pokud by tomu tak nebylo, přišel by o podstatnou část zisku, ale také o řadu uživatelů. Jak již bylo řečeno, ochranná známka je zárukou kvality. Dá se tedy předpokládat, že spotřebitelé se při své volbě raději rozhodnou pro výrobky či služby zajištěné ochrannou známkou. Rovněž pro mě zůstává záhadou, proč si namítající nenechal zaregistrovat ani doménu. Vzhledem k tomu, že se prezentuje se značným úspěchem v oblasti internetové komunikace, se mi jeví jako nelogická skutečnost, že si své internetové stránky takto nepojistil.

Na základě uvedených skutečností sdílím názor příslušného orgánu, podle kterého přihlašovatel nejednal v dobré víře. Označení Skype je v současné době dobře známé po celém světě. Do povědomí zákazníků se dostalo především díky atraktivním službám, které nabízí. Myslím si, že klíčem k úspěchu u zákazníků je především vytváření povědomí o daných výrobcích či službách. Jako typický příklad pro vytváření povědomí o určitém produktu se mi jeví fenomén dnešní doby Facebook. Troufám si tvrdit, že ještě před dvěma lety o něm v České republice mnoho lidí nevědělo. Pak ale přišla doba, kdy se o něm začalo velmi živě diskutovat, a tím se dostal do povědomí široké veřejnosti. Tento nápad jistě vynesl svým tvůrcům značné zisky. A stejně jako Facebook, tak i Skype představují v oblasti internetové komunikace značný vývoj. Myslím si, že vždy se budou objevovat lidé, kteří si budou chtít přivlastnit nápady těch úspěšnějších a získat z toho co možná nejvíce.

Když jsem si pročetla judikatury soudů, narazila jsem na několik podobných případů. To jen dokládá fakt, že mnohé subjekty se nenamáhají s vytvořením nového, originálního označení, ale raději se snaží uplatnit prostřednictvím dobře známých označení.

### 3.3 Jiné formy nekalého jednání v oblasti domén

Musím však podotknout, že ne vždy musí být přihlašování domén jen záležitostí „parazitování“ založené na obchodních prospěších z nabízeného zboží a služeb. Postupem času se stalo zajímavým obchodním artiklem i samotné přihlašování domén ve slovním znění významných světových společností nebo registrace domén ve znění jmen známých osobností. Tento druh nekalosoutěžního jednání, obecně označovaného jako cybersquatting, se stal velice populární. Vzhledem k tomu, jak je problematika neoprávněného přihlašování domén rozšířenou záležitostí, došlo k určité kategorizaci vzniklých situací. Mezi odbornou veřejností byly jednotlivé typy pojmenovány a blíže specifikovány. Pro snazší pochopení problematiky jsem se rozhodla vysvětlit a přiblížit alespoň některé z nich, např. cybersquatting, domain name grabbing, typosquatting nebo plánovaný a předběžný cybersquatting. Tyto druhy nekalosoutěžního jednání jsou nejvíce rozšířeny.<sup>33</sup>

#### 3.3.1 Cybersquatting

*„Majitel domény jedná ve zlé víře a zapisuje známé ochranné známky či věhlasné obchodní firmy jako doménová jména a následně se je pokouší prodat majitelům postižených známek či firem.“<sup>34</sup>* V podstatě se jedná o druh počítačové kriminality, která rok od roku nabírá na síle. Osoby, které se dopouští takového jednání, jsou označovány jako doménoví spekulanti nebo také squatterři. Tito se snaží na úkor dobře známých ochranných známek nebo firem přizivit a maximalizovat svůj zisk. Zásadní problém tkví v tom, že každé doménové jméno na světě musí být jedinečné. Nelze tedy registrovat shodné doménové jméno pro více osob. Toto však neplatí pro doménová jména, která jsou zaměnitelná a liší se pouze v jednom znaku. Těchto lze registrovat neomezené množství. A právě této skutečnosti využívají ve svůj prospěch doménoví spekulanti.

Cybersquatting lze z právního hlediska také považovat za způsob nekalosoutěžního jednání, které je zakotveno v generální klauzuli Obchodního zákoníku. Tato definice říká, že: *„Nekalou soutěží je jednání v hospodářské soutěži nebo v hospodářském styku, které je v rozporu s dobrými mravy soutěže a je způsobilé přivodit újmu jiným soutěžitelům,*

<sup>33</sup> JANSÁ, L. *Cybersquatting a jeho podoby*. [online]. 2008-09-22, [cit. 2011-03-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.pravoit.cz/article/cybersquatting-a-jeho-podoby>>

<sup>34</sup> ČERNÝ, M. *Doménová jména versus ochranné známky*. [online] 2001-10-29, [cit. 2011-02-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.epravo.cz>>



*spotřebitelům nebo dalším zákazníkům.*<sup>35</sup> Konkrétně u doménových jmen jde především o ustanovení týkající se vyvolání nebezpečí záměny a parazitování na pověsti podniku, výrobků či služeb jiného soutěžitele.

Nebezpečí záměny nastává v okamžiku, kdy si jistá osoba nechá zaregistrovat doménu shodnou nebo zaměnitelnou se známými výrobky či službami. V případě, že uživatel internetu vyhledává svůj požadavek v domněnku, že určitá značka výrobků a služeb bude na webu pod stejnojmennou doménou, nemusí tomu tak vždy být. Pokud tedy uživatel zadá do vyhledávače doménu, o které si myslí, že patří společnosti, kterou již dobře zná a prostřednictvím této stránky si koupí určitý výrobek či službu, může být oklamán.

Parazitováním na pověsti se podle Obchodního zákoníku rozumí: „*využívání pověsti podniku, výrobků nebo služeb jiného soutěžitele s cílem získat pro výsledky vlastního nebo cizího podnikání prospěch, jehož by soutěžitel jinak nedosáhl.*“<sup>36</sup> Parazitování na cizí pověsti není žádný zvláštní jev. V současnosti, kdy na trhu existuje velké množství firem, není vždy možné se uplatnit. Právě proto se mnoho společností pokouší kopírovat ty úspěšnější, nebo se alespoň na jejich úspěchu snaží přizivit. Ačkoliv je nekalá soutěž zakázána, pro doménové spekulanty nepředstavuje příliš velkou hrozbu. Pokud si totiž doménový spekulant zaregistruje svou doménu rychleji než jiná osoba ochrannou známku stejného znění a prokáže, že ji náležitě užívá, má v případě pozdějších sporů relativně velkou šanci na úspěch.

### **3.3.2 Domain name grabbing**

Cybersquatting je někdy také označován pojmem domain name grabbing. Avšak tyto pojmy nejsou zcela shodné. Zatímco cybersquatting je registrace domény, která je shodná nebo zaměnitelná s ochrannou známkou firmy, domain name grabbing představuje hromadnou registraci několika domén, jejichž cílem je především znemožnit registraci ostatním osobám. Squatteři si tak vlastně pojistí všechny varianty, a pokud se naskytne zájemce, který bude mít o tuto doménu zájem, zpeněží ji.

Mezi nejznámější případy cybersquattingu v České republice patří domény *ceskapojistovna.cz* a *Oskar.cz*. Kauza České pojišťovny byla typickým příkladem. Jednalo

---

<sup>35</sup> §44, odst. 1, z. č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku

<sup>36</sup> §48, z.č. 513/1991 Sb., obchodního zákoníku

se o to, že Česká pojišťovna, jako jedna z největších pojišťoven v tuzemsku, měla zaregistrovaných několik ochranných známek obsahujících slova Česká pojišťovna a byla také jejich vlastníkem. Když si však chtěla zaregistrovat také doménu, zjistila, že taková doména již existuje a patří jinému majiteli. Česká pojišťovna se proto obrátila s žalobou na soud a požadovala získání domény ceskapojistovna.cz do svého vlastnictví. Vrchní soud v Praze nakonec uznal, že příslušná doména má patřit České pojišťovně a registrátor CZ.NIC ji musel do tří dnů převést z původního vlastníka na tuto pojišťovnu.<sup>37</sup>

Další spor se týkal společností Český mobil a Comfor. Společnost Comfor byla majitelem společnosti Oskar, s. r. o. a zároveň vlastníkem ochranné známky a domény oskar.cz. Po vstupu nového mobilního operátora na český trh hledala společnost Český mobil vhodný název. Z několika variant nakonec společnost zvolila název Oskar. Problém však nastal ve chvíli, kdy si Český mobil chtěl zaregistrovat také doménu oskar.cz. Po několika jednáních se společností Oskar se dohodli na převodu domény, avšak již nebyli schopni rozhodnout, jaká by měla být kompenzace za převod. Z toho důvodu se rozhodla společnost Český mobil obrátit na soud se dvěma žalobami. První z nich byla vedena proti Comforu a druhá proti CZ.NIC. Jelikož šlo o spor, který trval dlouhou dobu a soud nepřijal stanovisko, rozhodla se nakonec společnost Český mobil příslušnou doménu koupit. Přesná částka však nebyla zveřejněna, jelikož šlo v té době o obchodní tajemství.

## Nestlé

Další zajímavý případ, který jsem našla, je z letošního roku. Jednalo se o spor světově známé společnosti Nestlé s panem Cengizem Simsekem Adanou z Turecka.<sup>38</sup>

Společnost Nestlé byla založena roku 1866 panem Henrim Nestlé. V roce 1968 nechal pro své výrobky vytvořit značku (logo) tak, že své jméno převedl do grafické podoby.<sup>39</sup> Společnost Nestlé během pár let vstoupila také na trh čokolády, kterou je Švýcarsko pověstné. Ovšem nejradikálnější výrobek, díky kterému se Nestlé stalo známé po celém světě, byl vyvinut ve 30. letech 20. století. Brazilský kávový institut chtěl zužitkovat přebytečné zásoby

---

<sup>37</sup> KOCOUREK, J. *Cybersquatting je dnes větší hrozbou než v minulosti* [online]. 2008-05-30, [cit. 2011-03-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky>>

<sup>38</sup> Rozhodnutí rozhodčího a mediačního centra WIPO, č. D2011-0022, ze dne 23.02.2011

<sup>39</sup> Nestlé znamená v němčině „malé hnízdo“ – na logu je proto vyobrazeno hnízdo s ptáčky odkázanými na matku, která jim přinesla potravu. Logo bylo v celé své historii změněno pouze třikrát. Společnost Nestlé však dbá na to, aby značka vždy obsahovala jak slovní, tak grafické prvky.

kávy a vyvinout tzv. „kávové kostky“, které by byly dobře rozpustné ve vodě, aniž by postrádaly charakteristické složky kávy. Institut se tedy obrátil s žádostí o pomoc na společnost Nestlé. Nakonec byl výrobek představen v práškové podobě. Vznikla tedy první instantní káva Nescafé, která si velmi rychle získala oblibu po celém světě. Díky tomuto produktu se společnost stala světově známou a rozšířila výrobu o další výrobky, které všichni dobře známe, např. kakao Nesquik nebo rozpustný čaj Nestea. V současnosti se Nestlé zaměřuje především na oblast výživy a zdravý životní styl.<sup>40</sup>

Společnost Nestlé vlastní přes 100.000 mezinárodních a národních ochranných známek ve více než 200 zemích. Zároveň má registrováno přes 180 doménových jmen obsahujících různé podoby ochranných známek NESTLÉ a NESCAFÉ. Společnost Nestlé má mimo jiné zaregistrovanou také doménu [www.nestle.com.tr](http://www.nestle.com.tr) pro turecký trh, na kterém působí žalovaný. Problém nastal ve chvíli, kdy se společnost Nestlé dověděla o tom, že si pan Cengiz Simsek zažádal o registraci třinácti domén, které obsahovaly buď zcela shodné, nebo zaměnitelné označení ochranných známek NESTLÉ A NESCAFÉ. Podařilo se prokázat, že uvedené stránky obsahovaly odkaz na produkci Nestlé. Ovšem po kliknutí na daný odkaz byli uživatelé internetu přesměrováni na stránky třetích stran podporující. Jednalo se tedy o tzv. PPC reklamu.<sup>41</sup> Společnost Nestlé se proto rozhodla zaslat držiteli domén dopis, ve kterém požadovala ukončení činnosti prostřednictvím shodných a zaměnitelných doménových jmen a jejich následný převod. Jelikož se na tuto výzvu neobjevila žádná odpověď, společnost Nestlé se obrátila se stížností na Rozhodčí a mediační centrum WIPO.

Společnost Nestlé uvedla, že s ohledem na dobu, po kterou již působí na trhu, má výlučné právo na označení NESTLÉ a NESCAFÉ, ať už se jedná o ochrannou známku pro tyto výrobky nebo o doménová jména. Dále uvedla, že pan Cengiz Simsek nemá žádná práva a pouze zneužívá dobré pověsti firmy a toho, že Nestlé je známá po celém světě.

Po podrobném přezkoumání věci došlo WIPO k závěru, že stížnost ze strany společnosti Nestlé byla oprávněna. Skupina odborníků uznala, že vzhledem k dlouholeté tradici společnosti a její dobré pověsti, má Nestlé právo tvrdit, že je dobře známou firmou. Dále byla potvrzena skutečnost, že registrované domény jsou zaměnitelné s ochrannou

---

<sup>40</sup> Dostupné z: <<http://www.nestle.cz/historie-a-vynalezy.asp>>

<sup>41</sup> PPC = Pay Per Click neboli platba za kliknutí. Osoba, která má na internetu umístěnu svou reklamu, platí vyhledávači určitou částku vždy, když na ni někdo klikne a navštíví tak její stránky. Například společnosti Google plyne z PPC reklamy ročně kolem 1,5 miliardy dolarů ročně.

známkou obchodní firmy Nestlé. Přívlastky a pomlčky, které v doménách byly taktéž uvedeny, nepostačují v očích spotřebitelů k dostatečnému rozlišení. Společnost Nestlé dále poukázala na skutečnost, že pan Cengiz Simsek nepředložil žádné důkazy, které by dokazovaly, že doménu užíval pro nabídku výrobků či služeb. Ba právě naopak, společnost upozorňovala na pasivní držení domény za účelem maximalizace zisku. Vzhledem k tomu, že pan Cengiz Simsek byl společností Nestlé prostřednictvím dopisu vyzván, aby se zdržel svého jednání, případně vysvětlil, proč si zaregistroval zaměnitelnou doménu, se dá usuzovat, že žádná práva ani oprávněný zájem nemá. Žalovaný rovněž neprokázal, že nechtěl domény zneužít k nekalým obchodním praktikám. Svého jednání si musel být vědom a je tedy jasné, že jednal ve zlé víře. Na úkor světově známé společnosti se pokusil profitovat, nalákat uživatele internetu na své webové stránky. Tyto stránky byly mezi běžnými spotřebiteli snadno zaměnitelné a je proto patrné, že žalovaný se pouze pokoušel zvýšit návštěvnost svých webových stránek. Na základě uvedených skutečností WIPO rozhodlo ve prospěch společnosti a žalovanému uložilo povinnost převést sporná doménová jména na Nestlé.

Na základě uvedených skutečností sdílím názor příslušného orgánu. U tohoto případu byla dle mého názoru zcela evidentní snaha žalovaného zneužít světově známého označení ve svůj prospěch. Rozhodnutí, na jehož základě byla žalovanému uložena povinnost převést sporná doménová jména na společnost NESTLÉ, se mi jeví jako dostatečné zadostiučinění. Myslím si, že finanční postih v tomto případě není potřeba, jelikož žalovaný na uvedených stránkách nenabízel shodné ani podobné výrobky.

### **3.3.3 Typosquatting**

Další podobou cybersquattingu je tzv. typosquatting.<sup>42</sup> Stejně jako u předchozích typů, jde i zde squatterům především o registraci zaměnitelných domén. Rozdíl je však v tom, že u tohoto typu squatterů zaregistrují doménu na první pohled velice podobnou jiné, dobře známé doméně, jenže záměrně vynechají například jedno písmeno nebo ho vymění za jiné. Jako příklad lze uvést adresu [www.gogle.cz](http://www.gogle.cz). Společnost Google působí na internetu již několik let a za tu dobu se stala internetovým vyhledávačem číslo jedna. Díky geniálnímu nápadu pánů Lawrence E. Page a Sergey Brina, kteří vytvořili matematický model popisující vztahy mezi jednotlivými stránkami na webu, vznikla společnost, která v současné době

---

<sup>42</sup> často označován pojmem „příklepové domény“

disponuje obrovským majetkem a má několikamiliardovou hodnotu. To je také důvodem, proč se takto úspěšné společnosti stávají terčem typosquattingu. Samotní squatterři prostě spoléhají na to, že se uživatelé internetu při zadávání adresy spletou a napíší ji chybně. Tím, že si zaregistrují takovou doménu, zvyšují pravděpodobnost, že jejich stránky budou častěji navštěvovány a je obecně známo, že stránky s největší návštěvností mají také nejvyšší zisky. To je hlavní důvod, proč je typosquatting mezi squattery tolik populární. Podle studie Benjamina Edelmana navíc vyplynulo, že společnosti jako Google, které se prezentují na internetu, ztrácí na překlepech půl miliardy dolarů ročně.<sup>43</sup> Dle mého názoru je toto číslo alarmující. Nutno však podotknout, že proti takovému množství případů je obtížné bojovat.

### 3.3.4 Plánovaný (předběžný) cybersquatting

Předběžný cybersquatting je posledním typem. V tomto případě se jedná o jakési předvídání skutečnosti doménovým spekulantem. Jde o to, že doménový spekulant předpokládá, že v budoucnosti dojde k určité skutečnosti a pro tento případ si nechá zaregistrovat doménu. Z této skutečnosti následně profituje.

Při podrobnějším prostudování této problematiky jsem zjistila, že ne vždy doménoví spekulanti pouze vyčkávají, až se majitel ochranné známky o doménu přihlásí. V mnohých případech se tyto osoby sami snaží kontaktovat. O této skutečnosti jsem se mohla přesvědčit, jelikož mi byl poskytnut k nahlédnutí dopis, ve kterém se doménoví spekulanti z Číny snažili upozornit společnost Třinecké železářny, a. s. na možné zneužití její obchodní firmy. Třinecké železářny patří v oblasti průmyslu k nejstarším a zároveň nejúspěšnějším firmám v našem kraji. Tato společnost byla založena roku 1839 a během několika desetiletí si vydobyla svou pozici na trhu. Ochranná známka, kterou tato společnost používá, byla zaregistrována v roce 1929 a je tvořena třemi kladivky v kruhu. Pomocí této známky jsou produkty železáren rozpoznatelné v různých zemích světa, kam se vyváží. Stejně jako ochrannou známku si nechala společnost postupem času zaregistrovat také doménu trz.cz, aby si tak pojistila své internetové stránky.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> AUTOR NEZNÁMÝ *Firmy ztrácí na překlepech půl miliardy dolarů ročně*. [online] 2010-02-23 [cit. 2011-04-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.domenovajmena.cz>>

<sup>44</sup> Internetové stránky Třineckých železáren [online]. 2005-06-08, [cit. 2011-03-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.trz.cz>>

Doménoví spekulanti z Číny zaslali Třineckým železárnám dopis, ve kterém upozorňovali vedení na možné zneužití jejich obchodní firmy jednou čínskou společností. Prostřednictvím tohoto dopisu byla železárnám poskytnuta časově omezená nabídka sedmi dnů, během kterých si mohly nechat danou doménu zaregistrovat. Přestože podaná nabídka působila nepřesvědčivě, jelikož internetová adresa registrátora nešla otevřít, byla celá věc předána k posouzení právnímu oddělení. To vydalo doporučení, aby železárny zaslaly nesouhlasné stanovisko. V případě, že by přesto došlo k registraci domény třetí osobou, nezbývalo by než čekat, zda se nedopustí nekalosoutěžního jednání ve formě zásahu do práv majitele ochranné známky a teprve pak se pomocí určitých prostředků bránit.

Podobných dopisů bylo této společnosti zasláno několik a vždy se jednalo o nabídku registrace domény ve znění obchodního jména nebo dosud užívané domény. Na základě uvedených skutečností se dá usuzovat, že se jednalo o druh cybersquattingu. Squatterři se tímto jednáním snaží dotlačit společnosti k registraci většího počtu domén nebo k jejich koupi. Čím více domén totiž squatterři zaregistrují a následně prodají, tím větší mají zisky.

Dle mého názoru je cybersquatting v České republice doposud podceňovanou záležitostí. V zahraničí mají s touto problematikou mnohem bohatší zkušenosti. Je to dáno nejen počtem odhalených případů, ale také tím, jak se zahraniční soudy k celé věci staví. V případě, že je takové jednání odhaleno, jsou viníci potrestáni vysokými částkami. Myslím si, že toto je jediný způsob, jak se dá proti cybersquattingu bojovat. Pro většinu squatterů totiž vidina zisku představuje mnohem větší lákadlo než strach z možného postihu. Je to jistě do značné míry dáno tím, že české soudy dosud nemají v této oblasti dostatečné zkušenosti a mnohdy trvá opravdu dlouhou dobu, než dojdou k závěru a ve věci rozhodnou. A právě tato skutečnost hraje squatterům do karet. Spoléhají totiž na to, že zájemce o jejich doménu raději přistoupí na mimosoudní vyrovnání a doménu si odkoupí, než by vynakládal nemalé finanční prostředky na soudní jednání a s ním spojené náklady.

Výčet a popis některých typů nekalosoutěžního jednání považuji za velice důležitý vzhledem k ucelenosti a komplexnosti dané problematiky. Většina sporů, které vznikají mezi ochrannými známkami a doménami, se totiž týká právě cybersquattingu.

## 4 VYHODNOCENÍ

V předchozí kapitole jsem blíže specifikovala, jaké druhy konfliktů mohou nastat mezi vlastníky ochranných známek a domén. Tato problematika, ač se to nemusí zdát, v sobě zahrnuje mnoho úskalí. Jednotlivé problémy spolu úzce souvisí a v praxi se často prolínají. Jelikož v českém právním řádu dosud nejsou doménová jména nijak zakotvena, je mnohdy velice obtížné v dané věci rozhodnout. Záleží proto na každém jednotlivém případě a jeho konkrétním posouzení. V této kapitole jsem se rozhodla sestavit modelový případ, na kterém navrhu tři možnosti řešení, které by dle mého názoru mohly být v budoucnu přínosem.

### 4.1 Modelový případ

V roce 2010 paní Kateřina Kratochvílová založila v České republice společnost KAMO, s. r. o. Tato společnost se zabývá především navrhováním a prodejem večerních společenských šatů. V prvním roce podnikání si paní Kratochvílová otevřela kamenný obchod v Ostravě, kde nabízela své modely. Jelikož v oblasti prodeje se jí dařilo mnohem lépe, než předpokládala, rozhodla se, že si své produkty zajistí ochrannou známkou. U ÚPV si tedy podala přihlášku k ochranné známce a zaplatila příslušný poplatek za podání přihlášky. Paní Kratochvílová se rozhodla podat přihlášku sama, bez patentového zástupce. ÚPV se nejdříve zabýval tím, zda jsou splněny všechny formální požadavky přihlášky. Jelikož bylo vše v pořádku, přistoupil ke druhému kroku, kterým je provedení tzv. věcného průzkumu. ÚPV především zkoumá, zda je označení způsobilé k zápisu do rejstříku, tzn., zda se neshoduje s jinou ochrannou známkou a neporušuje tak práva třetích osob. Paní Kratochvílová v přihlášce uvedla, o jaký druh ochranné známky se jedná a pro jakou kategorii výrobků je ochranná známka přihlašována. Na základě formálního a věcného průzkumu ÚPV uznal, že je požadována ochranná známka způsobilá a nic tedy nebrání zapsání do rejstříku. Následně jí bylo vystaveno osvědčení o zápisu ochranné známky do rejstříku. Na základě tohoto osvědčení získala společnost KAMO, s. r. o., ochrannou známkou na 10 let a po tuto dobu má jako jediná nárok na práva plynoucí z jejího vlastnictví.

## 4.2 Výběr vhodného označení

Představme si, že je rok 2010 a paní Kratochvílová zakládá společnost. Po určité době se rozhodne, že by si chtěla nechat zaregistrovat ochrannou známku. Stále však neví, jaký název zvolit. Je si dobře vědoma toho, že její rozhodnutí může do značné míry ovlivnit úspěch společnosti. Jelikož se paní Kratochvílová nechce se svými produkty omezit pouze na tuzemský trh, ale postupem času chce vstoupit také na zahraniční trhy, vidí jako jasnou volbu anglické označení. Nakonec z několika možností vybere dvě, a to označení Katy Mode a KAMO. Jak ale z těchto dvou variant zvolit správné označení, které by bylo vhodné jak pro ochrannou známku, tak pro doménu? Je všeobecně známé, že ochranná známka musí vždy splňovat podmínku rozlišitelnosti. Dle mého názoru obě označení tuto podmínku splňují, obě jsou navíc krátká, zvukná, neotřelá a dobře zapamatovatelná. Paní Kratochvílová proto může použít obě označení.

Co se týká domény, je situace přesně opačná, než je tomu u ochranné známky. Doména by měla být co nejvíce obecná. Je to z toho důvodu, že běžný uživatel internetu (pokud nezná přesné znění domény) se vždy snaží najít hledaný objekt pomocí obecných označení, která jsou pro daný předmět činnosti typická. Aplikováno na případ paní Kratochvílové to znamená, že zvolená doména by měla co nejvíce vypovídat o zaměření této paní na módu, konkrétně na navrhování a prodej společenských šatů. Doména kamo.cz by byla vhodná, pokud by paní Kratochvílová fungovala na trhu již delší dobu a její značka by byla dobře známá. Jenže pokud uvažíme situaci, podle které tato dáma na trh se svými výrobky teprve proniká, je mnohem vhodnější doména katymode.cz. Je to proto, že pokud by uživatel internetu hledal oblečení (či již zmíněné šaty), pravděpodobně by do vyhledávače krom jiných možností zadal také slovo móda, čímž by se zobrazilo několik stránek, mezi kterými by byla také stránka s doménou katymode.cz. A přesně toto je cílem vytváření domén.

## 4.3 Vznik agentury

Představme si, že by na tuzemském trhu existovala agentura, která by se jmenovala například Czech Patent. Tato agentura by fungovala jako informační a ověřovací terminál pro oblast doménových jmen a ochranných známek. Nejen, že by klientům poskytovala informace o dostupných doménách a ochranných známkách, ale fungovala by také jako



poradenské centrum. Nabídka služeb agentury by navíc zahrnovala možnost vytvoření grafického návrhu označení (loga) a v konečné fázi také registraci. Vše by samozřejmě zprostředkovávala za úplatu.

Nyní se pokusím tento návrh nově vzniklé agentury aplikovat na uvedenou společnost KAMO, s. r. o. Uvažuji, že paní Kratochvílová je ve fázi, kdy začíná podnikat a dosud nemá zaregistrovanou ochrannou známku ani doménu. Po určité době, přestože má jako začínající podnikatelka úspěch, však zjišťuje, že samotný prodej v kamenném obchodě již není mezi zákazníky tolik populární. Navíc chce postupem času svou značku prosadit také v zahraničí, což není s jednou prodejnou možné. Rozhodne se tedy, že své produkty začne nabízet také prostřednictvím internetu. Obrátí se proto na agenturu s požadavkem vytvoření domény a zároveň také ochranné známky pro své produkty. Paní Kratochvílová předloží agentuře všechny potřebné informace, požadavky a svůj návrh označení. Agentura provede průzkum, kterým zjišťuje, zda požadované označení již není registrováno, a zda by registrací nedošlo k zásahu do práv třetích osob. Po komplexním prověření agentura konstatuje, že předložený návrh je jedinečný a lze jej proto registrovat. Paní Kratochvílová tedy dá agentuře souhlas s dokončením registrace. Tím, že využije služeb agentury, ušetří čas a námahu spojené s vyřizováním registrace.

Tento systém má obrovskou výhodu, a to, že zájemce o registraci domény či ochranné známky pouze zaplatí za služby agentury a o další věci se již nemusí starat. V případě, kdy by již požadovaná doména byla obsazená, je agentura schopná klientovi vyhledat a nabídnout jinou doménu, která by byla vhodná pro jeho předmět činnosti. Czech Patent tedy zajišťuje komunikaci s registrátorem, patentovým zástupcem nebo přímo s ÚPV, kterou by jinak musel zajišťovat samotný klient.

Jednou z variant je také zabezpečení těchto služeb patentovým zástupcem. Ten by kromě ověřování a registrace ochranných známek prováděl také ověřování a registraci domén. Tato činnost patentového zástupce by přinášela výhodu pro přihlašovatele v tom, že by vzájemné ověřování obsazených domén s databázemi ochranných známek a naopak bylo efektivnější a důslednější. Tímto by se lépe předcházelo případným sporům.

#### 4.4 Odpovědnost za škodu

Změňme nyní situaci paní Kratochvílové a převedme ji do reálných podmínek. Paní Kratochvílová se rozhodne pro prodej svých výrobků prostřednictvím internetu. Jelikož má již pro své produkty zaregistrovanou ochrannou známku KAMO, ráda by získala také doménu ve znění kamo.cz. Z dostupného seznamu registrátorů na stránkách sdružení CZ.NIC si zvolí jednoho z nich. Součástí přihlašovacího řízení je kromě uvedení kontaktních údajů také prohlášení paní Kratochvílové, ve kterém uvádí, že si je vědoma možného porušení práv třetích osob. Zároveň potvrzuje, že vyvine veškeré úsilí, které je možno spravedlivě požadovat, aby tato práva neporušovala. Pokud by došlo k tomu, že by paní Kratochvílová potvrdila prohlášení, i přes to, že by si byla dobře vědoma práv třetích osob, nesla by veškerou odpovědnost sama a soudní řízení by tedy mělo být vedeno pouze proti její osobě.

Jak jsem již uvedla v teoretické části této práce, registraci domén v současnosti provádí oprávnění registrátoři, kteří jsou evidováni ve sdružení CZ.NIC. Žadatel o registraci domény se sám rozhodne, kterého registrátora zvolí. V České republice je jich na výběr z několika desítek. Tyto subjekty provádí samotnou registraci, nemohou však ovlivnit, jakou doménu žadatel zvolí. Je totiž povinností žadatele zjistit, zda registrací domény nezasahuje do práv třetích osob, jako jsou práva k ochranným známkám, obchodním značkám, obchodním firmám, ochraně osobnosti apod. I přes to, že registrátor nemá s tvorbou domény nic společného, musí se chránit pro případ vzniklých sporů. Z toho důvodu byly vyvinuty Pravidla registrace doménových jmen, které mimo jiné obsahují také prohlášení žadatele. Tímto prohlášením žadatel uvádí, že si je vědom možného narušení práv třetích osob a prohlašuje, že se takového protiprávního jednání zdrží.

Dle mého názoru by registrátoři měli věnovat smlouvám s žadateli mnohem větší pozornost. Součástí smluv na dodání služby o provedení registrace domén by mělo být kromě výše uvedeného prohlášení také poučení, ze kterého by byly přihlašovatelům jasné důsledky z jejich porušení. Jsem toho názoru, že by si žadatelé měli plně uvědomovat možné důsledky, jakých se mohou dopustit nedůkladným výběrem svého doménového jména. Pokud by vědomě porušili podmínky smlouvy, měli by pak sami nést tíhu důsledků plynoucích z vědomého zásahu do práv třetích osob vyplývajících z platnosti zákona o ochranných známkách, obchodního zákoníku aj.

## 5 ZÁVĚR

Z uvedené práce vyplývá, že jak ochranné známky, tak doménová jména představují významnou součást duševního vlastnictví podnikatele. Ochranná známka je označení, pomocí kterého společnosti identifikují samy sebe, své výrobky či služby. V dnešní době, kdy je trh přesycen různými privátními společnostmi, dávají podnikateli záruku, že jeho výrobky a služby nebudou zaměnitelné s jinými. A stejně jako ochranné známky představují také doménová jména pro řadu subjektů podnikajících například na internetu cenný majetek a jsou klíčem k úspěchu u zákazníků. Internet se v posledních několika letech stal obrovským hitem a dá se říci, že společnost, která nemá internetovou stránku, tak přichází o významnou část potenciálních zákazníků. Řada z nich dává přednost nakupování z pohodlí domova před časově náročným nakupováním v kamenných obchodech. Navíc je internet významným zdrojem informací a často zde můžeme najít spoustu užitečných dat o příslušné společnosti, výrobcích a službách, které nabízí a poskytuje. Této skutečnosti jsou si podnikatelé velmi dobře vědomi, a proto registraci a tvorbě internetových stránek věnují velkou pozornost. Ne vždy je však proces registrace domény bezproblémový. „Kritická situace“ nastává ve chvíli, kdy touto registrací dojde k zásahu do práv třetích osob (např. práv k ochranné známce).

Cílem mé bakalářské práce bylo nejen poskytnout ucelený přehled o problematice ochranných známek a doménových jmen, ale především navrhnout možné způsoby řešení, které by přispěly k celkovému zlepšení stavu registrace.

Jedna z možností, kterou jsem navrhla, spočívá ve správném zvolení ochranné známky a domény. To, jaké zvolíme označení, může mít značný vliv na budoucí úspěch společnosti případně na komerční uplatnění nového produktu na trhu. Je proto důležité tuto skutečnost nepodceňovat, ale pečlivě promyslet a věnovat jí dostatek pozornosti v souvislosti s myšlením, uvažováním potenciálních zákazníků, kterým cíleně budou touto formou poskytnuty - nabídnuty informace směřující k rychlé a přesné definici toho, co sami hledají a chtějí. Jsem toho názoru, že pokud se jakýkoli subjekt rozhodne registrovat ochrannou známku a doménu, měl by to provést ve stejnou dobu, aby tak předešel případným problémům, které by v budoucnu mohly nastat.

Další možnost vyplývá z Pravidel registrace doménových jmen. Myslím si, že by registrátoři měli smlouvám s žadateli věnovat větší pozornost, aby nedocházelo ke sporům. Pokud by se daná osoba vědomě dopustila zásahu do práv třetích osob, měla by sama nést následky.

Nejslibněji se mi však jeví alternativa vytvoření zcela nové agentury. Ta by klientům poskytovala kompletní servis, který by zahrnoval informační a ověřovací činnost, poradenství, ale také registraci domén a ochranné známky, včetně zajištění grafického zpracování, vhodné reklamy a s ním spojených autorských práv. Avšak možnost tohoto řešení může zapadat do oblasti stávající sítě patentových zástupců. Nemohu s jistotou říci, zda by se tento nápad u veřejnosti setkal s pozitivním ohlasem. Domnívám se však, že pro většinu žadatelů by představoval značné usnadnění práce. Tento systém by totiž přinesl množství výhod. Klienti, kteří by měli zájem o registraci domény, by už nemuseli zjišťovat, zda je požadovaná doména volná. Tuto práci by za ně vykonala agentura. V případě, kdy by doména již byla obsazená nebo zasahovala do práva známkového, by byla agentura schopna vyhledat jinou volnou doménu, která by svým názvem odpovídala činnosti žadatele. Pokud se vybraná doména žadateli zalíbí, může si ji okamžitě za úplatu nechat touto agenturou zaregistrovat. Tato alternativa se mi zdá být docela reálná a je možné, že by mohla být v praxi zavedena i v souvislosti s možností zúřadování formou internetové komunikace přímo z PC.

Byla bych ráda, kdyby se má bakalářská práce stala alespoň podnětem k přemýšlení o změnách a inovacích, které jsou dle mého názoru v této oblasti neustále potřebné, ne-li nutné.

## Seznam použité literatury

### Monografie

- (1) DOSTÁLEK, L.; KABELOVÁ, A. Velký průvodce protokoly TCP/IP a systémem DNS. Brno: Computer Press, a. s., 2008. 488 s. ISBN 978-80-251-2236-5.
- (2) HORÁČEK, R. a kol. Zákon o ochranných známkách. Zákon o ochraně označení původu a zeměpisných označení. Zákon o vymáhání práv z průmyslového vlastnictví: komentář. 2. vyd. Praha: C.H.Beck, 2008. 526 s. ISBN 978-80-7400-058.
- (3) JAKL, L. a kol. Ochranné známky a označení původu. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 1997. 243 s. ISBN 80-85 100-69-X.
- (4) JAKL, L. Uplatňování doménových jmen v rámci podnikatelských aktivit. Praha: VŠVSMV, 2007. 185 s. ISBN 978-80-86855-24-0.
- (5) KOPECKÁ, S. Ochranná známka Společenství. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 2002. 71 s. ISBN 80-7282-024-9.
- (6) Ochranná známka Společenství. 1. čes. vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví. 2006. 28 s. ISBN 80-7282-055-9.
- (7) PELIKÁNOVÁ, R.; ČERMÁK, K. Právní aspekty doménových jmen. Praha: Linde, 2000. 210 s. ISBN 80-7201-245-2.
- (8) PIPKOVÁ, H. Ochranná známka Společenství a ochranná známka v Evropském společenství. Praha: ASPI, a. s., 2007. 376 s. ISBN 978-80-7357-265-5.
- (9) SLOVÁKOVÁ, Z. Průmyslové vlastnictví. 2. vyd. Praha: LexisNexis CZ s. r. o., 2006. 212 s. ISBN 80-86920-08-9.

## Právní předpisy

- (10) Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, ve znění pozdějších předpisů.
- (11) Zákon č. 513/1991 Sb, obchodní zákoník, ve znění pozdějších předpisů.

## Judikatura

- (12) Rozhodnutí Nejvyššího soudu České republiky, sp. zn. 32 Odo 447/2006, ze dne 3. 5. 2006.
- (13) Rozhodnutí Úřadu průmyslového vlastnictví, zn. sp. O-430608, ze dne 19. 2. 2009.
- (14) Rozhodnutí rozhodčího a mediačního centra WIPO, č. D2011-0022, ze dne 23.02.2011.

## Internetové zdroje

- (15) AUTOR NEZNÁMÝ *Firmy ztrácí na překlepech půl miliardy dolarů ročně* [online]. 2010-02-23 [cit. 2011-04-17]. Dostupný z WWW: <<http://www.domenovajmena.cz>>.
- (16) AUTOR NEZNÁMÝ [online]. 2011, [cit. 2011-01-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.ochranne-znamky.info>>.
- (17) CZ.NIC Pravidla registrace doménových jmen [online]. 2011, [cit. 2011-01-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.nic.cz>>.
- (18) ČERNÝ, M. *Doménová jména versus ochranné známky*. [online] 2001-10-29, [cit. 2011-02-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.epravo.cz>>.
- (19) Internetové stránky firmy Nestlé [online]. 2008-09-22, [cit. 2011-03-22]. Dostupné z WWW: <<http://www.nestle.cz/historie-a-vynalezy.asp>>.

- (20) Internetové stránky Třineckých železáren [online]. 2005-06-08, [cit. 2011-03-25]. Dostupné z WWW: <<http://www.trz.cz>>.
- (21) JANSÁ, L. *Cybersquatting a jeho podoby* [online]. 2008-09-22, [cit. 2011-03-22]. Dostupný z WWW: <<http://www.pravoit.cz/article/cybersquatting-a-jeho-podoby>>.
- (22) KOCOUREK, J. *Cybersquatting je dnes větší hrozbou než v minulosti* [online]. 2008-05-30, [cit. 2011-03-30]. Dostupný z WWW: <<http://www.lupa.cz/clanky>>.
- (23) MALIŠ, P. *Právní povaha doménových jmen – I. díl* [online]. 2010-04-09, [cit. 2011-01-09]. Dostupný z WWW: <<http://www.pravoit.cz/article>>.
- (24) MALIŠ, P. *Ochrana doménových jmen prostřednictvím ochranné známky* [online]. 2009-12-14, [cit. 2011-02-27]. Dostupný z WWW: <<http://www.pravoit.cz/article>>.

## **Ostatní**

- (25) Databáze Úřadu průmyslového vlastnictví. Dostupná z WWW: <<http://www.upv.cz>>.
- (26) Výroční zpráva Úřadu průmyslového vlastnictví 2010. Dostupná z WWW: <<http://www.upv.cz/cs/publikace/rocenka/rocenka.html>>.

## **Seznam zkratek**

ÚPV – Úřad průmyslového vlastnictví

CTM – ochranná známka Společenství

OHIM – Úřad pro harmonizaci ve vnitřním trhu

EU – Evropská unie

TLD – Top Level Domain

WIPO – Rozhodčí a mediační centrum



## **Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce**

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 - školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 11. 5. 2011

Kateřina Miechová

Adresa trvalého pobytu studenta:

Horní Lištná 75  
Třinec 739 61

## **Seznam příloh**

Formulář pro přihlášku ochranné známky